

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian survey dimana penelitian survey merupakan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket (kuesioner) sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian survey, fokus penelitian sangatlah penting untuk membatasi masalah-masalah yang akan diteliti agar tidak meluas walaupun sifatnya masih sementara dan masih terus berkembang sewaktu penelitian.

Pada penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif dimana hasil penelitian dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

B. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014), populasi adalah wilayah generalisasi dimana terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa maskapai penerbangan Nam Air dimana jumlahnya tidak diketahui pasti atau infinite.

Menurut Sugiyono (2014), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi terbilang besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi (misalnya dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu), maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Menurut Husein Umar (2005), sampel dengan jumlah lebih dari 30 sudah mewakili dari responden yang ada. Semakin banyak sampel yang digunakan, maka hasilnya semakin baik. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan diambil sampel sebanyak 80 responden dengan teknik untuk pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dimana purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan/kriteria yang ditentukan peneliti (Sugiyono, 2014).

C. Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai objek, kegiatan atau orang yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa variabel penelitian terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y) yang mana didasari atas pengaruh faktor psikologis dimana indikatornya terdiri dari:

- a. Persepsi
- b. Pembelajaran
- c. Keyakinan dan Sikap

2. Variabel Independen

Variabel independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau

yang menjadi sebab berubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah harga dan promosi dimana indikator item yang meliputi variabel tersebut terdiri dari:

- a. Harga (X_1)
 - 1) Penetapan harga atas dasar konsumen
 - 2) Penetapan harga atas dasar persaingan

- b. Promosi (X_2)
 - 1) Periklanan
 - 2) Hubungan masyarakat dan publisitas

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini digunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

a. Literatur

1) Buku

Pengumpulan data yang berasal dari buku-buku yang berada di perpustakaan yang berkaitan dengan judul skripsi ini maupun referensi lainnya.

2) Internet

Pengumpulan data yang berasal dari program-program yang digunakan, milis dan situs-situs yang bermanfaat memberikan data-data yang diperlukan maupun referensi lainnya.

3) Jurnal

Pengumpulan data yang terdiri dari deskripsi maupun laporan mengenai data yang akan ditulis dengan mempertimbangkan ketelitian dan kebenarannya.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah daftar susunan pertanyaan-pertanyaan yang tertulis kepada responden untuk dijawab berdasarkan hal-hal yang telah ditentukan. Kuesioner yang merupakan instrumen penelitian ini diberi skor dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Menurut Sugiyono (2014), instrumen penelitian yang menggunakan skala Likert dapat dibuat dalam bentuk checklist dengan kategori-kategori dari skala Likert adalah sebagai berikut:

SS	= Sangat Setuju dengan skor	= 5
S	= Setuju dengan skor	= 4
CS	= Cukup Setuju dengan skor	= 3
TS	= Tidak Setuju dengan skor	= 2
STS	= Sangat Tidak Setuju dengan skor	= 1

Kemudian dalam skala Likert ini, jika individu yang bersangkutan ingin menambahkan bobot dari jawaban yang dipilih, maka nilai rata-rata dari masing-masing responden dari kelas interval dengan jumlah kelas adalah sama dengan 5 sehingga dapat dihitung sebagai berikut.

Nilai terendah : 1

Nilai tertinggi : 5

$$Interval = \frac{Nilai Max - Nilai Min}{Jumlah Kelas}$$

$$Interval = \frac{5-1}{5}$$

$$= 0,80$$

Adapun kategori dari masing-masing interval dapat dilihat pada Tabel 3.1 yang mana sebagai berikut.

Tabel 3.1 Interval Skala

Interval	Keterangan
1,00 s/d 1,79	Sangat Tidak Setuju
1,80 s/d 2,59	Tidak Setuju
2,60 s/d 3,39	Cukup Setuju
3,40 s/d 4,19	Setuju
4,20 s/d 5,00	Sangat Setuju

Respon yang cenderung tinggi akan mengidentifikasi bahwa tingkat pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen sangat tinggi, sebaliknya juga jika responnya rendah maka harga dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih atau membeli tiket maskapai penerbangan Nam-Air.

E. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2012). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan tingkat kesalahan (α) = 0,05. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan bernilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2012).

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara one shot atau pengukuran

sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach's Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut M. Iqbal Hasan (2008), regresi linear berganda adalah regresi dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga dan seterusnya variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots X_n$) namun masih menunjukkan diagram hubungan linear. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y	= Keputusan Pembelian	X_1	= Harga
a	= Nilai Konstanta	X_2	= Promosi
b_1b_2	= Nilai Koefisien Regresi	e	= Error

b. Uji t

Uji t (uji parsial) digunakan signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen (Ghozali, 2012).

c. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (Ghozali, 2012). Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan

sebagai berikut:

- 1) Dengan membandingkan nilai F_{tabel} dengan F_{hitung}
 Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak,
 apabila $F_{tabel} < F_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

- 2) Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi
 Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak,
 apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2012). Jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka adjusted $R^2 = R^2 = 1$, sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka adjusted $R^2 = (1 - k)/(n - k)$. Jika $k > 1$, maka adjusted R^2 akan bernilai positif.

F. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan sesuai dengan waktu dan lokasi yang telah ditentukan dimana:

- a. Waktu Penelitian : Bulan Agustus 2020 - selesai.
- b. Lokasi Penelitian : Bandar Udara Tebelian.

Jalan Raya Sintang-Pinoh, Kecamatan Sungai Tebelian, Kabupaten Sintang, Kapuas Raya, Kalimantan Barat, Indonesia.