

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipergunakan ialah pendekatan kuantitatif dengan cara mengumpulkan data berbentuk kuesioner yang dibagikan pada responden dengan Skala *Likert*. Dalam desain penelitian terdapat beberapa kategori yaitu deskriptif, sebab-akibat, kolerasional, aktivitas, percobaan, dan hukum. Desain penelitian berupa penjelasan mengenai petunjuk atau arahan berprosedur kepada peneliti terkait dengan pengkajian. Dalam penelitian, desain penelitian merupakan gambaran penerapan metode untuk meneliti (Cennatal & Purba, 2020:769).

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat replikasi, yakni replikasi bisa menaikkan validitas hasil penelitian serta kesanggupan guna di generalisasi seacra meluas. penelitian orisinil ialah sebuah wujud penelitian mempergunakan alat penganalisisan, obyek penelitian, indikator, serta variable terbaru yang belum pernah dipakai penelitian sebelumnya. Penelitian pengembangan ialah wujud penelitian yang memberi tambahan indikator ataupun variable baru.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada PT Tasindo Total Inproducts yang beralamat di Sungai Panas Komplek Inti Batam Business 4 Industrial Blok D No.6-10 Kec. Batam Kota, Kota Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Berikut merupakan tabel periode penelitian yang mulai dilakukan dari bulan April 2021 sampai dengan July 2021. Pengumpulan data dilakukan pada jam operasional kerja untuk melakukan observasi dan penyebar kuesioner. Tabel periode penelitian yang dilakukan, yaitu:

Tabel 3.1 Periode Penelitian

No	Kegiatan	Minggu													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Penetapan Judul	■	■												
2	Pencarian Referensi		■	■	■										
3	Pengerjaan Penelitian			■	■	■	■	■	■	■					
4	Penyebaran Kuesioner										■	■	■		
5	Penyelesaian Skripsi												■	■	■

Sumber : Peneliti (2021)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Yaitu wilayah generalisasi yang terbagi atas objek yang mempunyai karakteristik serta mutu tertentu yang diimplementasikan peneliti guna dipahaminya serta diambil kesimpulan (Renaldi et al., 2020:96). Populasi yang akan dijangkau oleh peneliti yaitu konsumen PT Tasindo Total Inproducts di toko-toko collection yang berada di area Nagoya Hill Mall dalam kurun waktu 2 bulan terakhir terhitung dari bulan April 2021- May 2021 berjumlah 244 jiwa.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Yaitu wakil ataupun sebagian populasi dengan jumlah bila populasinya <100 orang, maka jumlah sampel nya dipilih secara menyeluruh dan sebaliknya jika populasinya diatas 100 orang maka dapat diambil wakil dari populasi tersebut sesuai dengan rumus perhitungan dibawah ini:

$$n = \frac{N}{1 + N \alpha^2}$$

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Sumber : (Sugiyono, 2017:101)

Keterangan:

α = toleransi ketidaktelitian

N = ukuran populasi

n = ukuran sampel

$$n = \frac{N}{1 + N \alpha^2}$$

$$n = \frac{244}{1 + 244 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{244}{1.61}$$

n = 151.55 dibulatkan menjadi 152 sampel

Berdasarkan hasil penghitungan yang didapatkan, maka sampel yang dipergunakan jumlahnya 152 responden.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Metode yang dipakai yaitu kuesioner yang dibagikan kepada responden. Respondennya berupa konsumen Nagoya Hill *Mall*, Nagoya, Batam. Kuesioner yang digunakan yaitu gambaran pertanyaan dan responden dimintai guna menanggapi pertanyaan yang paling sesuai atau akurat.

3.5 Sumber Data

Sumber data yang diberikan oleh pengelola perusahaan sekaligus persetujuan pemilik perusahaan sehingga data yang diperoleh ialah data yang valid serta bisa dipertanggung jawabkan. Dari data ini, penulis bisa mengembangkan penelitian mempergunakan data sekunder yang data yang didapati secara tak langsung, serta data primer didapati secara langsung dari pihak perusahaan.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu menggunakan dua cara, yakni.

1. Data Primer

Data ini diperoleh secara langsung dari sumber yang bersangkutan dengan cara mewawancarai dan mengajukan suatu pertanyaan kepada yang bersangkutan.

2. Data Sekunder

Data ini dapat dilakukan dengan cara menggunakan alat misalnya kuesioner untuk mengumpulkan jawaban dari para responden.

3.6.2 Alat Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan alat yaitu membagikan kuesioner untuk mengumpulkan jawaban dari responden. Selain itu peneliti akan mendistribusikan kuesioner kepada pelanggan PT Tasindo Total Inproducts. Skala yang dipergunakan yaitu skala *likert*.

Tabel 3.2 Skala *Likert*

Simbol	Keterangan	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
ST	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Sumber: (Sugiyono, 2017:94)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variable merupakan suatu objek yang ada pada penelitian dan nilainya yang bisa diubah-ubah. Pada penelitian ini ada 2 jenis variable, yakni; variabel independent ialah promosi (X1) dan kualitas pelayanan (X2), serta variable dependent ialah keputusan pembelian (Y).

3.7.1 Variabel Independen

Variable yang dipergunakan ialah:

1. Promosi

Yaitu sebuah wujud komunikasi pemasaran. Komunikasi ini ialah aktivitas pemasaran yang berupaya membagikan informasi, mengingatkan, membujuk, memengaruhi perusahaan ataupun pasar sasaran. Sehingga bisa ditarik kesimpulan promosi ialah hal yang bisa mendorong konsumen untuk loyal, membeli, serta menerima barang perusahaan terkait (Sholihat, 2018:4).

2. Kualitas Pelayanan

Yaitu usaha mencukupi keinginan serta kebutuhan konsumen selanjutnya memasukkan kesahihan penyimpanannya guna menyeimbangkan keinginan konsumen. Kualitas layanan serta promosi yang buruk bisa memicu konsumen merasa tidak puas (Komaling & Kurniawan, 2020:272).

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel yang dipergunakan yaitu keputusan pembelian yakni sebuah proses di mana konsumen telah membuat keputusan guna melakukan pembeliannya. Sebelum melaksanakan pembeliannya, konsumen terlebih dahulu mencari tahu suatu hal terkait produk tersebut. Sesudah konsumen memiliki keyakinan dengan barang tersebut maka konsumen akan memutuskan untuk membelinya (Renaldi et al., 2020:92).

Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Promosi (X1)	Promosi yaitu sebuah wujud komunikasi pemasaran. Komunikasi ini ialah aktivitas pemasaran yang berupaya membagikan informasi, mengingat, membujuk, memengaruhi perusahaan ataupun pasar sasaran. Sehingga bisa ditarik kesimpulan promosi ialah hal yang bisa mendorong konsumen untuk loyal, membeli, serta menerima barang perusahaan terkait (Sholihat, 2018:4)	1. <i>Direct Marketing</i>	Likert
		2. <i>Personal selling</i>	
		3. <i>Publicity</i>	
		4. <i>Sales Promotion</i>	
		5. <i>Advertising</i>	
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas layanan ialah ukuran sebgus apa tingkat layanan yang disediakan bisa sesuai dengan ekspektasi konsumen. Selain itu kualitas layanan ialah tingkatan kelebihan yang diinginkan serta pengendalian pada kelebihan terkait guna mencukupi harapan konsumennya. Selanjutnya kualitas layanan juga didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan diantara harapan dengan kenyataan yang diterima konsumen (Cahya et al., 2020:135).	1. <i>Assurance</i>	Likert
		2. <i>Empathy</i>	
		3. <i>Reliability</i>	
		4. <i>Tangibles</i>	
		5. <i>Responsiveness</i>	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian yaitu proses yang dilewati oleh organisasi atau seseorang untuk mengevaluasi, menggunakan, membeli, menemukan dan membuang jasa atau produk dalam memenuhi	1. Kebiasaan dalam membeli produk	Likert
		2. Kemantapan pada sebuah produk	

	kebutuhannya. Keputusan pembelian konsumen merupakan riset tentang bagaimana organisasi, kelompok dan individu menggunakan, membeli, ide atau pengalaman tersebut digunakan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka (Cennatal & Purba, 2020:768).	3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain	
		4. Melakukan pembelian ulang	

Sumber : Peneliti (2021)

3.8 Metode Analisis Data

Setelah mendapati data lengkap maka, data tersebut akan diolah penulis dengan menggunakan program SPSS versi 26. Metode yang dipergunakan yaitu penganalisisan statistic deskriptif dengan SPSS. Penganalisisan ini guna memahami besaran penagruh diantara variabelnya. Penganalisisan deskriptif yan dipergunakan ialah pendekatan kuantitatif (Hawin.k et al., 2020:24).

3.8.1 Analisis Deskriptif

Penganalisisan ini yaitu alat penganalisisan yang fungsinya sebagai menjelaskan, meringkas dan mengorganisasi kedalam bentuk yang teratur rapi hingga bisa di pahami. Analisis ini digunakan untuk mendeskripsi suatu masalah agar mudah dipahami.

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Yaitu derajat ketetapan diantara data data yang disajikan peneliti dengan data pada objek penelitian. Sehingga data yang valid ialah daya sama antara daya sebenarnya dengan daya yang disajikan peneliti. Jika peneliti membuat laporan

yang tidak sesuai dengan objek, maka tidak valid. Misalkan ada warna hitam pada objek penelitiannya, maka peneliti diharuskan memberitahukan keberasaan warna hitam tersebut, sehingga peneliti diharuskan menyampaikan warna hitam. Peneliti tidak diperbolehkan menyajikan warna lain kecuali hitam dikarenakan bisa mengakibatkan datanya tak valid (Sugiyono, 2017:267).

Validitas instrument ditetapkan dengan mekorelasi diantar scor yang didapatkan tiap pertanyaan. Bila skor ini ada korelasi signifikan pada tingkat alpha tertentu (misalkan 1%), bisa dipandang alat ukur tersebut valid begitupun jika tidak ada korelasi maka tidak valid. Korelasi ini bisa dicari dengan rumus *pearson product moment* yang dirumuskan (Sugiyono, 2017:77).

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad \text{Rumus 3.2 Pearson Products Moments}$$

Sumber : (Sugiyono, 2017:77)

Keterangan :

N = Jumlah sampel (responden)

Y = Skor total butir

X = Skor butir

r = Koefisien korelasi

kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

1. Bila r hitung < r tabel, Ho diterima Ha ditolak
2. Bila r hitung > r tabel, Ho ditolak Ha diterima

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji ini ialah instrument yang jika dipergunakan berkali-kali guna mengujikan objek yang serupa, bisa memperoleh data yang serupa. (Sugiyono, 2017:122) menyebutkan bila dalam pemilihan datanya dipergunakan instrument yang reliabel serta valid, diharapkan hasilnya juga akan reliabel serta valid. Instrumen ini ialah syarat utama guna memperoleh hasil penelitian yang reliable serta valid.

Pembuktian skornya mempergunakan uji dua sisi SPSS dengan signifikansi 0,05. Skor kritis product moment ialah sebuah ketetapan di terima ataupun tidak suatu data yang reliable. Nilai $<0,6$ dipandang reliabilitas yang kurang, selanjutnya jika nilainya 0,7 dapat di terima dan skor $>0,8$ diduga sangat tinggi ataupun baik (Sugiyono, 2017:53).

Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	0,08 - 1,00	Sangat tinggi
2	0,60 - 0,799	Tinggi
3	0,40 - 0,599	Cukup
4	0,20 - 0,399	Rendah
5	$<0,20$	Sangat rendah

Sumber : (Wibowo, 2012:53)

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji ini guna memahami apakah residual atau variable pengganggu terdistribusi normal. Guna mengetahui apakah residual terdistribusi normal ataupun

tidak bisa dilakukan dengan cara yakni: Kolmogorov Smirnov tes, bila $\text{sig} < 0,05$, datanya tidak normal, dan bila $\text{sig} > 0,05$, datanya normal (Renaldi et al., 2020:98).

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji ini guna memahami apakah ada korelasi diantara variable bebasnya. Dalam hal ini model regresi yang baik sebaiknya tidak ada korelasi di antara variable bebasnya. Metode guna melihat ada atau tidak multikolinearitas bisa dengan mengamati nilai variance inflation factor (VIF) serta nilai toleransinya. Bila $\text{VIF} > 10$ dan toleransinya $< 0,1$, maka ada multikolinearitas (Renaldi et al., 2020:98).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Metode yang bisa dipergunakan yaitu Glejser diperoleh nilai sig. variable kualitas layanan $0,371 > 0,05$, variable promosi $0,875 > 0,05$, serta variable harga $0,142 > 0,05$. Maka bisa di tarik kesimpulan tidak ada heteroskedastisitas (Hawin.k et al., 2020:25).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Penganalisan ini ialah sebuah alat uji yang bisa memberi hasil yang baik dengan data yang mempunyai persyaratan ketika uji regresi linear berganda, antara lain: data terdistribusi normal, tercukupinya sebuah uji yang dapat memperoleh angka kisaran yang tidak bisa atau sesuai dengan syarat BLUE dan mempergunakan informasi yang memiliki tipe data dengan skala interval ataupun rasio (Sugiyono, 2017:63).

Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda

$$Y' = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n$$

Sumber : (Sugiyono, 2017:63)

x_n = Variabel independen ke-n

x_2 = Kualitas Produk

x_1 = Merek

b = Nilai koefisien regresi

a = Nilai konstanta

Y' = Variabel preferensi konsumen

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Penggunaan pengujian ini guna menunjukkan persentase atau besar pengaruhnya antar variabel bebas pada model regresi dengan bersamaan serta memberi pengaruhnya pada variable terikat. Koefisien determinasi adalah skor yang dituju menunjukkan seberapa jauh model yang dibentuk dapat memberi penjelasan situasi yang seadanya. Koefisien ini juga bisa dikatakan suatu persentase atau besaran proporsi kesepakatan Y (variabel dependen) yang dijelaskan variabel X (variabel independen) (Wibowo, 2012:65).

3.9 Uji Hipotesis

Uji ini mengukur signifikansi coefficient regresi linear berganda terkait hipotesis penelitian secara parsial. Model yang dibentuk didapatkan dari hasil penghitungan coefficient regresi untuk setiap variable bebas mencakup konstantanya (Sugiyono, 2017:144).

3.9.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji ini guna memahami apakah rata-rata hasil penelitian sudah mencukupi ketetapan tertentu ataupun tidak. T hitung bisa didapatkan dengan memepgunakan (Sundayana, 2018:95)

$$t_{hitung} = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s/\sqrt{n}} \quad \text{Rumus 3.4 Rumus Uji t}$$

Sumber : (Sundayana, 2018:95)

Keterangan:

n = Jumlah anggota sample

S = Simpangan Baku

μ_0 = Nilai yang dihipotensiskan

x = Rata-rata xi

t = Nilai t yang dihitung

Pengujian hipotesis juga bisa mempergunakan perbandingan diantara t hitung dn t tabel, dengan ketetapan:

- a. Ho diterima, bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, mengartikan variable X tidak ada pengaruh secara parsial pada variable Y
- b. Ho ditolak, bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, mengartikan variable X ada pengaruh signifikan secara parsial pada variabel Y.

Atau

Jika $\text{sig.} > 0,05$, Ho diterima, Ha ditolak

Jika $\text{sig.} < 0,05$, Ho ditolak, Ha diterima.

3.9.2 Uji f (Uji Simultan)

Uji f secara simultan memperlihatkan hubungan antara variable-variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel terikatnya, jelas ini berbeda dengan korelasi parsial. Kriteria pengambilan keputusan yang dipergunakan yaitu:

1. Bila sig. > 0.05, Ho diterima Ha ditolak.
2. Bila sig. < 0.05, maka Ho ditolak Ha diterima.

Desain penelitian dan rumus koefisien korelasi ganda sebagai berikut (Sundayana, 2018:226):

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad \text{Rumus 3.5 Rumus Uji f}$$

Keterangan :

n = Jumlah anggota sampel

k = Jumlah variabel independen

R = Koefisien korelasi ganda