

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini memakai metode pendekatan kuantitatif. Yaitu jenis penelitian berfokus pada yang sistematis, tersusun dan terorganisir sedari awal sampai dengan penyusunan rencana penelitian yang akan dilaksanakan. (Sugiyono, 2012:97) mengungkapkan jika: “Strategi penelitian tergantung pada pola pikir positivisme, yang dipakai pada populasi atau pengujian tertentu, mengumpulkan informasi melalui instrumen penelitian, pemeriksaan informasi yang sifatnya kuantitatif /statistik, sepenuhnya bermaksud membuktikan hipotesis yang sudah dirumuskan”.

3.2. Sifat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menyempurnakan penelitian sebelumnya dengan menambahkan indikator baru sesuai dengan permasalahan dalam obyek penelitian. Obyek penelitian yang diambil oleh penelitk bersifat unik dalam kaitannya dengan penelitian sebelumnya. Investigasi ini menggunakan rencana atau konfigurasi eksplorasi yang memukau, khususnya pemeriksaan yang disusun untuk memberikan gambaran yang disengaja tentang data logis mulai dari subjek atau objek eksplorasi (Sanusi, 2012:13)

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Dilaksanakan di PT. Parikesit Sri Putra Batam. Penelitian ini dilaksanakan agar bisa menganalisa pengaruh kualitas produk dan promosi pada keputusan pembelian di PT. Parikesit Sri Putra.

3.3.2. Periode Penelitian

Periode penelitian dilaksanaka mulai bulan Maret 2021 hingga selesai.

Tabel 2 - 3.1 Jadwal Periode Penelitian

| No. | Kegiatan | Bulan | | | | |
|-----|-----------------------------------|-------|-------|-----|------|------|
| | | Maret | April | Mei | Juni | Juli |
| 1. | Tahap persiapan penelitian | | | | | |
| | a. Penyusunan dan pengajuan judul | | | | | |
| | b. Pengajuan proposal | | | | | |
| | c. Perijinan penelitian | | | | | |
| 2. | Tahap pelaksanaan | | | | | |
| | a. Pengumpulan data | | | | | |
| | b. Analisis data | | | | | |
| 3. | Tahap penyusunan | | | | | |
| 4. | Menarik Kesimpulan | | | | | |

Sumber: Data Sekunder, Tahun 2021

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

(Sugiyono, 2012:184) mendefinisikan populasi sebagai daerah spekulasi yang terbagi atas, obyek/subyek dalam jumlah tertentu dan sifat yang ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji lalu dibuatkan sebuah kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini ialah klien/pembeli PT. Parikesit Sri Putra periode Oktober 2020 sampai Mei 2021 dengan jumlah pembeli 1.124.

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merupakan komponen dari sifat dan karakteristik dari populasi yang dianggap bisa mewakili populasi. Berasnya ukuran pada pemeriksaan ini ditentukan melalui rumus slovin:

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

Rumus 1 - 3.1 Rumus Slovin

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Presentasi Kelonggaran yang masih bisa ditolerir dalam penentuan sampel.

Dengan ketetapan N = 1.124, e = 5%. Sehingga bisa dirumuskan seperti berikut:

$$n = \frac{1.124}{1 + 1.124(0,05)^2} = 295$$

Sampel paling sedikit yang bisa diambil adalah 295 pembeli. Padahal, untuk mendapatkan hasil yang lebih valid 300 angket yang disebar, setelah disebarluaskan hanya 295 kuisisioner yang dikembalikan dan bisa digunakan sebagai penelitian ini.

3.4.3. Teknik Sampling

Penelitian ini memakai teknik insidental, sebagaimana diungkapkan (Sugiyono, 2012:192) bahwa teknik insidental ialah “memeriksa tergantung pada

kemungkinan, misalnya setiap individu yang secara insidental atau tidak sengaja berjumpa dengan peneliti bisa dijadikan contoh, jikalau memang demikian adanya disaksikan oleh individu yang dapat ditemukan bahwa hal itu layak sebagai sumber informasi.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data melalui beberapa strategi dan langkah berikut:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pimpinan dan pekerja PT. Parikesit Sri Putra untuk mendapatkan data informasi dan data penting lainnya.

2. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner merupakan “strategi pemilahan informasi yang dilaksanakan dengan membagikan sekumpulan pertanyaan yang tersusun atau pertanyaan kepada responden untuk dijawab” (Sugiyono, 2012:195) Pengumpulan informasi dengan mengirimkan pertanyaan untuk diisi oleh responden yang sebenarnya, dilakukan dengan cara mengedarkan Kuisisioner/angket Struktur berisi pertanyaan meliputi kualitas produk, promosi dan keputusan pembelian yang terjadi di PT. Parikesit Sri Putra. Motivasi di balik kuisisioner ialah agar bisa mendapatkan data yang diperlukan dan bisa mendukung penelitian.

3.6. Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.6.1. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Yaitu variabel yang terpengaruh atau mengalami perubahan, sebagai akibat dari hadirnya variabel independent” (Sugiyono, 2016:255). Variabel terikat pada pengujian ini ialah keputusan pembelian.

3.6.2. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Yaitu variabel yang berpengaruh atau menjadi sebab munculnya variabel dependent” (Sugiyono, 2012:276). Variabel bebas pada penelitian ini yaitu kualitas produk dan promosi.

Definisi oprasional variabel ialah “definisi yang bisa mengartikan dan menspesifikasikan kegiatan supaya bisa diukur sesuai dengan variabelnya masing-masing”. Sugiyono (2010) dalam (Musri & Rama, 2015) mengemukakan jika skala likert dipakai agar bisa menilai perilaku, pandangan dan presepsi individu atau organisasi mengenai sebuah fenomena sosial. Variabel ini akan diukur melalui skala likert 5 point, dengan ketentuan: 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, 5 = sangat setuju.

Tabel 3 - 3.2 Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definsi Operasional | Indikator | Pengukuran |
|----------------------|---|--|-------------------|
| Kualitas Produk (X1) | Merupakan kapasitas sebuah barang untuk menghasilkan kinerja yang sesuai atau lebih dari yang diharapkan pelanggan. (Kotler & Keller, 2016:67) | 1. Produk yang memuaskan 2. Bisa bertahan dalam waktu yang lama 3. Handal dalam memenuhi kebutuhan 4. Produk mudah dudapatkan oleh pelanggan 5. Desain sesuai dengan kesukaan (Supriyadi, 2016:2) | Skala likert 1-5 |
| Promosi (X2) | Yaitu aktivitas penjualan yang bisa menambah nilai sebuah produk dalam periode | 1. Jangkauan promosi 2. Potongan | Skala likert 1-5 |

| | | | |
|-------------------------|---|--|------------------|
| | tertentu agar bisa meningkatkan pembelian pelanggan, efektivitas penjualan, atau mendukung usaha yang dilaksanakan oleh tenaga penjualan. (Astuti & Abdullah, 2014) | harga 3. Sales 4. Pasar sasaran (Desi Peburiyanti, 2020) | |
| Keputusan Pembelian (Y) | Yaitu prosedur 5 tahap yang dilalui pelanggan, diawali dari mengenali permasalahan, mencari informasi, memilih alternatif yang bisa menyelesaikan masalahnya, keputusan pembelian, dan sikap setelah pembelian, yang berawal dari sebelum pembelian yang sebenarnya dilakukan oleh pelanggan dan mempunyai dampak yang lama setelah itu. (Cahyono & Elvandari, 2020) | 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Kecepatan dalam membeli sebuah produk (Kotler & Keller, 2012:167) | Skala likert 1-5 |

Sumber: (Kotler & Keller, 2016:67) (Astuti & Abdullah, 2014) (Cahyono & Elvandari, 2020) (Supriyadi, 2016:2) (Desi Peburiyanti, 2020) (Kotler & Keller, 2012:167)

3.7. Metode Analisis Data

3.7.1. Analisis Deskriptif

(Sugiyono, 2012:123), menjelaskan analisis deskriptif sebagai “analisis statistik yang dipakai untuk membedah informasi melalui penggambaran informasi yang sudah dikumpulkan”. Statistik deskriptif menggambarkan sebuah informasi berdasarkan nilai rata-rata, standar deviasi, fluktuasi, terbesar, terkecil, total, range, kurtosis dan skewness (Ghozali, 2012:87).

Skor yang dipakai pada pada penelitian ini ialah skala likert 5 Sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya. Agar peneliti bisa memperoleh kecenderungan jawaban responden dari setiap variabel, disesuaikan

dengan nilai skor rata-rata (indeks) yang dikelompokkan ke dalam rentang skor sesuai dengan perhitungan berikut:

$$\text{Nilai indeks maksimum} : (295 \times 5) / 5 = 295$$

$$\text{Nilai indeks minimum} : (295 \times 1) / 5 = 59$$

Dilihat dari hasil tersebut, maka nilai interval bisa dihitung dengan cara (three-boxmethod) yang dikeemukakan oleh (Ferdinand, 2016:292).

$$\text{Nilai interval} = \text{Nilai Maksimum} - \text{nilai minimum} = 295 - 59 = 236$$

$$236 : 3 = 78,7$$

Dengan menggunakan kriteria tiga kotak, maka rentang yang dihasilkan ialah 78,7 dan akan dipakai sebagai dasar interpretasi nilai indeks sebagai berikut

$$295 - 216,3 = \text{Tinggi}$$

$$216,2 - 137,4 = \text{Sedang}$$

$$137,3 - 59 = \text{Rendah}$$

3.7.2. Uji Instrumen

3.7.2.1. Uji Validitas

(Sugiyono, 2016:168) menyatakan “uji validitas memperlihatkan derajat ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi pada obyek dan data yang peneliti kumpulkan. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner tersebut bisa mengungkap sesuatu yang hendak diukur melalui kuesioner tersebut. Pengujian ini dilaksanakan melalui pengkorelasian antara skor individual tiap-tiap pernyataan dan skor total dari variabel. “Apabila korelasi antara tiap variabel dan total variabel signifikan $< 0,05$ artinya variabel bisa dianggap valid” (Ghozali, 2016:52).

3.7.2.2. Uji Reliabilitas

Sebagaimana ditunjukkan oleh (Sugiyono, 2017:130) uji reabilitas merupakan “seberapa jauh hasil estimasi memakai objek yang serupa akan memberikan informasi serupa”. Untuk menganalisis reabilitas, estimasi dilakukan satu kali lalu peneliti akan membandingkan hasilnya dengan pertanyaan lain atau mengukur hubungan antara jawaban terhadap pertanyaan menggunakan SPSS, khususnya tes *Cronbach Alpha* (α). Apabila nilai *intercept* (konstan) $\geq 0,6$ maka variabel tersebut secara statistik dianggap reliabel. Sebuah variabel dianggap reliabel apabila memiliki nilai ***Cronbach Alpha* $> 0,6$** (Noor, 2014:108).

3.7.3. Analisis Regresi

Penyelidikan ini digunakan dengan memasukkan setidaknya dua variabel bebas antara variabel dependent (Y) dan faktor independent (X1, dan X2), strategi ini dipakai agar bisa menentukan kekuatan antara sejumlah variabel independen pada variabel dependent. Sugiyono (2014:275) menetapkan rumus analisis regresi linier berganda seperti berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

X1 = Kualitas Produk

X2 = Promosi

b1 = Koefisien regresi dari Kualitas Produk

b2 = Koefisien regresi dari Promosi

3.7.4. Uji Asumsi Klasik

Dilaksanakan agar bisa melihat apakah model regresi yang dipakai bisa memberikan estimator linier yang layak. Uji Asumsi klasik terbagi menjadi:

3.7.4.1. Uji Normalitas

Dilaksanakan agar bisa mengetahui apakah model regresi yang dipakai berdistribusi secara normal atau tidak. Jika penyebaran data normal atau mendekati normal, artinya model regresi dapat diterima. Pengujian ini dilaksanakan dengan memakai pengujian statistik non-parametrik, yakni uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (1-Sample K-S). Jika hasil yang didapatkan $> 0,05$, artinya variabel berdistribusi secara normal.

3.7.4.2. Uji Heteroskedastisitas

Dilaksanakan agar bisa menguji model regresi, apakah memiliki varian yang berbeda dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila fluktuasi sisa yang diawali dari satu pengamatan lalu berlanjut ke pengamatan selanjutnya masih dalam keadaan tetap, itu dinamakan Homoskedastisitas dan apabila tidak sama dinamakan Heteroskedastisitas. Model regresi dikatakan layak apabila tidak mengalami Heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan memakai uji Glejser dengan derajat signifikan 5%. Apabila nilai residual variabel bebas $> 0,05$ itu artinya model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.7.4.3. Uji Multikolinieritas

Dilaksanakan agar bisa melihat apakah pada model regresi ditemukan hubungan antara variable independet. Model regresi dikatakan baik apabila tidak

berhubungan dengan variabel bebas. Agar bisa mengetahui apakah terdapat Multikolinearitas pada model regresi bisa diamati dari nilai torelansi dan nilai VIF. Kualitas yang biasa dipakai untuk memperlihatkan multikolinearitas adalah nilai toleransi $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 (Ghozali, 2012:160). Apabila nilai VIF < 10 dan nilai resiliensinya $> 0,1$, maka pada saat itu diharapkan terbebas dari multikolinearitas.

3.8. Uji Hipotesis

Pengujian T dan F dipakai agar bisa membuktikan kebenaran hipotesis, strategi untuk menguji hipotesis pada penelitian ini memakai sistem SPSS versi 16 for Windows. Pengukuran yang dilaksanakan ialah:

3.8.1. Uji T

(Sugiyono, 2018:223) menjelaskan “Uji T dilaksanakan agar bisa mengukur konstanta dari masing-masing variabel independent”. Pengujian dilaksanakan dengan memakai nilai signifikan 0.05 ($\alpha=5\%$). Dengan ketentuan :

1. Apabila nilai signifikan > 0.05 jadi hipotesis ditolak artinya koefisien regresi tidak signifikan.
2. Apabila nilai signifikan < 0.05 jadi hipotesis disetujui artinya koefisien regresi signifikan.

Atau dengan pengujian yang dilakukan melalui standar ketentuan penentuan keputusan terhadap hipotesis yang diajukan menurut (Sugiyono, 2018:223) yaitu:

1. Apabila t hitung kurang dari t tabel artinya H_0 disetujui dan H_a ditolak.

2. Apabila t hitung lebih dari t tabel artinya H_0 ditolak dan H_a disetujui.

3.8.2. Uji F / ANOVA

Dilaksanakan agar bisa mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara simultan (Ghozali, 2013:98). Uji F dilakukan agar bisa menguji hipotesis, dengan cara:

1. Merumuskan hipotesis operasional, yakni H_0 dan H_a
2. Menentukan taraf signifikansi (α) yakni $5\% = 0,05$
3. Membuat kesimpulan : Apabila $p \leq \alpha = H_0$ ditolak dan H_a disetujui
4. Melakukan perhitungan berdasarkan pendekatan statistika yang digunakan, yakni melalui Analysis of Variance (ANOVA) dalam program SPSS.

3.8.3. Uji Koefisien Determinasi

Agar bisa mengetahui sebesar apa pengaruh variabel “Kualitas Produk” dan “Promosi” pada variabel “Keputusan Pembelian” maka bisa dilakukan analisis koefisien determinasi (Kd), menggunakan persamaan berikut ini:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Rumus 2 - 3.2 Uji Koefisiensi Determinasi

Keterangan:

Kd = Nilai Koefisien Determinasi

r = Nilai Koefisien Korelasi