

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Teknik riset yakni tindakan ilmiah guna peroleh data dengan maksud dan fungsi tertentu. Bagi peneliti, desain riset ialah cetak biru. Adanya rancangan riset agar riset berjalan baik dan teratur. Teknik riset terikat filsafat positif dan guna analisa populasi dan sampel. Pengumpulan data memakai instrumen riset, analisa data sifatnya statistik kuantitatif, untuk pengujian hipotesis sudah ditentukan ialah pernyataan metode riset kuantitatif (Sanusi, 2017;13).

Studi riset yakni sifat riset terkait spesifikasi persoalan berbentuk hubungan antar variabel bebas dan terikat yang punya maksud mengetahui apa ada dampak terhadap Keputusan pembelian PT Rodamas Makmur Motor Di Kota Batam.

#### **3.2. Sifat Penelitian**

Pengertian operasional mencerminkan variabel, maka bisa dievaluasi sebab meninjau sisi dimensi variabel (Noor, 2018:97). Penulis memakai 2 variabel yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Lokasi dan Periode Penelitian

#### **3.3 Lokasi Dan Periode Penelitian**

##### **3.3.1. Lokasi Penelitian**

Lokasi di PT Rodamas Makmur Motor Kota Batam berlokasi di Jl. Yos Sudarso, Kota Bata

### 3.3.2 Periode Penelitian

Riset di bulan Maret 2021 hingga Juli 2021. Bisa ditinjau di tabel:

**Tabel 3.2** Jadwal penelitian

No	Kegiatan	Maret		April				Mei	Juni				Juli			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	11	12	13	14
1	Pengajuan judul	■	■													
2	Pencarian data awal dan survey		■	■	■	■										
3	Pengumpulan data dan jurnal						■	■	■	■	■					
4	Kuesioner							■	■	■	■					
5	Pengolahan data										■	■	■	■	■	
6	Penyelesaian Karya Ilmiah												■	■	■	■

## 3.4. Populasi dan Sampel

### 3.4.1. Populasi

Gabungan individual dengan spesifikasi yang telah ditetapkan. Populasi adalah salah satu perihal penting yang perlu peroleh perhatian bila peneliti ingin peroleh hasil kesimpulan yang terpercaya dan tepat pada objek risetnya (Yusuf, 2017: 145). Populasi riset ini ialah konsumen PT Rodamas Makmur Motor di Kota Batam berjumlah 107 orang.

### 3.4.2. Teknik Penentu Besar Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi itu (Yusuf, 2017: 150). Riset ini ialah riset kuantitatif menggunakan teknik *sampling* tak acak 107 orang.

### 3.4.3. Teknik *Sampling*

Penelitian menggunakan *sampling* jenuh, berarti seluruh populasi riset sebanyak 107 orang jadi sampel penelitian secara keseluruhan.

### 3.5. Sumber Data

Sumber data riset ini ialah:

1. Data Primer

Perolehan data dari sumber datanya langsung. Data primer riset ini ialah hasil sebaran kuesioner lewat *google form* ke responden yakni pembeli di PT Rodamas Makmur Motor.

2. Data Sekunder

Perolehan data dari sejumlah sumber yang sudah ada. Hasil data akan dipakai sebagai data sekunder.

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang peneliti gunakan ialah menggunakan metode berikut:

1. *Parson*

Ialah dengan menyebarkan daftar pernyataan kuesioner lewat *google form* ke responden, lalu dijawab oleh responden, hasil jawabannya dijadikan sumber primer. Tiap pernyataan telah ada *score* tertentu. Peneliti memakai Skala likert untuk mengukur perilaku orang terkait suatu peristiwa gejala sosial. Riset memakai kuesioner dengan pemberian *score*.

2. *Paper*

Info peneliti memakai literatur buku dan sumber lain berupa jurnal serta kajian pustaka berkaitan dengan riset ini.

3. *Place*

Perolehan data dengan observasi di lokasi riset.

### 3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Ialah definisi yang diberikan variabel dengan memberi arti spesifikasi agenda atau operasional yang dibutuhkan guna pengukuran variabel (Mustafa et al., 2020: 33). Indikator ialah analisa nilai variabel, untuk pengukuran perihal yang ada di riset dan melakukan evaluasi kondisi. Parameter riset ada di tabel ini:

**Tabel 3. 7** Operasional Variabel Penelitian

<b>Variabel</b>	<b>Pengertian</b>	<b>Indikator</b>
<b>Desain (X1)</b>	Desain ialah totalitas fitur yang memberi pengaruh bagaimana produk terlihat, terasa, dan berfungsi untuk konsumen.	1. Warna 2. Striping 3. Bentuk 4. Mutu Kesesuaian
<b>Kualitas Produk (X2)</b>	Kualitas ialah kelebihan produk itu. Kualitas menurut konsumen ialah perihal yang punya ruang lingkup sendiri, berbeda dengan produsen ketika mengeluarkan produk yang disebut kualitas sesungguhnya.	1. Daya Tahan 2. Reliabilitas 3. Estetika 4. Kesan Kualitas
<b>Merek (X3)</b>	Sudut pandang konsumen ketika kontak dengan merek, baik yang direpresentasikan dalam iklan, kontak pribadi pertama, atau tingkat kualitas merek ketika.	Citra: 1. Perusahaan 2. Pemakai 3. Produk 4. Market
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Pengambilan keputusan konsumen yakni seluruh tahapan konsumen untuk mengetahui masalah, mencari solusi, evaluasi alternatif dan pemilihan.	1. Identifikasi kebutuhan 2. Menggali Info 3. Melakukan Pembelian 4. Perilaku Setelah Pembelian

**Sumber:** Peneliti, 2021

### 3.8. Metode Analisis Data

#### 3.8.1. Analisis Deskriptif

Ialah klasifikasi data ringkasan guna memberi jawaban pertanyaan riset. Statistika deskriptif menjelaskan median, persimpangan standar, mean, mode, dan distribusi frekuensi (Noor, 2017:187). Statistik riset hanya menjelaskan data sampel yang bukan untuk membuat kesimpulan yang ada untuk pengambilan populasi dan sampel.

#### 3.8.2. Uji Kualitas Data

##### 3.8.2.1. Uji Validitas

Ialah pengukuran penentuan teknik korelasi sebagai metode korelasi produk. Mengerti apa nilai korelasi tiap pertanyaan itu signifikan, bisa terlihat pada hasil uji memakai SPSS (Noor, 2017:132).

Perhitungan pada aplikasi SPSS versi 25. Penentuan hasil yang terbilang *valid*, tabel harus ditinjau. Dasar keputusan yang valid yakni:

- a) Bila  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$  (sig. 0,05), item pada pertanyaan berkorelasi signifikan dengan jumlah poin, maka *valid*.
- b) Bila  $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$  (sig. 0,05), item pada pertanyaan tak berkorelasi signifikan dengan total skor, maka tak *valid*.

##### 3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Ialah memperlihatkan cara ukur yang andal. Konsisten bila dilakukan berkali-kali di kondisi yang sama. Untuk memahaminya, perhitungan ini dengan pertanyaan yang telah mencukupi proses validasi, bila tak memenuhi maka tak harus dilanjutkan (Noor, 2017:130).

### 3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Ialah untuk mengetahui kaitan antar variabel bebas (X) dengan terikat (Y) (Wibowo, 2018:61). Pada riset memakai uji berikut:

#### 3.8.3.1. Uji Normalitas Data

Mengetahui nilai residu pada model regresi punya data distribusi normal sehingga pengujian normalitas bisa dijalankan. Bila tak normal, maka ada permasalahan pada normalitas. Uji ini terdapat histogram, p-plot dan uji kolmogorov-Smirnov (K-S) (Wibowo, 2018:62).

#### 3.8.3.2. Uji Multikolinearitas

Ialah untuk mengetahui apa ada kaitan antara variabel bebas pada model regresi. Meninjau hasil VIF dan Tolerance guna mengetahui kondisi multikolinearitas. Pedoman kriterianya yakni  $VIF < 10$ , disebut tak ada gejala multikolinearitas. Bila tolerance  $> 0,10$ , maka tak ada gejala multikolinearitas. (Wibowo, 2018: 105). Pendeteksian ada tidaknya gejala bisa ditinjau berikut:

- a. Bila  $VIF > 10$ , ada gejala multikolinieritas.
- b. Bila  $VIF < 10$ , tak ada kejadian multikolinieritas.

#### 3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada ketaksamaan yang tak rata antara satu pengamatan dan yang lainnya pada model regresi. Uji memakai tes *Gleyser*, dengan korelasi angka sisa *absolut* dengan Y. Bila angka probabilitas  $> \alpha$  (5 persen) yang signifikan. (Wibowo, 2018:139).

### 3.8.4. Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda sederhana ialah analisa regresi linier yang menambahkan variabel bebas jadi dua atau lebih dari sebelumnya.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

**Rumus 3.1** Regresi Linier Berganda

**Sumber :** (Sanusi, 2017:135)

Penjelasan :

Y = Keputusan Pembelian

X<sub>1</sub> = Desain

X<sub>2</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Merek

a = konstanta

b<sub>1</sub>b<sub>2</sub>b<sub>3</sub> = koefisien regresi

e = variabel pengganggu

#### 3.8.4.2. Determinasi (R<sup>2</sup>)

(R<sup>2</sup>) untuk mengukur tingkat model variasi variabel terikat pada variabel bebas. Bisa juga disebut proporsi dampak semua dari variabel bebas pada variabel terikat (Sanusi, 2018;14).

### 3.9. Uji Hipotesis

Saat uji hipotesis, signifikansi koefisien regresi linier satuan diuji. Ada diantaranya terkait pernyataan hipotesis riset (Sanusi, 2017:14). Berikut ada 2 jenis syarat ketepatan pada analisa regresi yakni:

### 3.9.1. Uji F (Simultan)

Untuk memperlihatkan variabel bebas yang diuji punya dampak secara bersamaan pada variabel terikat. Rumusnya yakni:

$$F = \frac{R^2 / (K - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

**Rumus 3. 2** Rumus F Hitung

**Sumber :** (Wibowo, 2018:121)

Kriterianya yakni :

1. Bila F hitung > F tabel, sig. < 5 persen, H<sub>0</sub> tak diterima dan H<sub>a</sub> diterima artinya variabel bebas bersamaan ada pengaruh pada variabel terikat.
2. Bila F hitung < F tabel, sig. < 5 persen, H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> tak diterima artinya variabel bebas bersamaan tak ada pengaruh pada variabel terikat.

### 3.9.2. Uji T ( Parsial )

Untuk mengetahui apa variabel bebas dengan signifikan memberi pengaruh variabel terikat dengan  $\alpha = 5$  persen. Rumusnya yakni:

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

**Rumus 3. 3** T Hitung

**Sumber:**(Wibowo, 2018: 122)

Penjelasan:

r, yakni Koefisien korelasi

r<sup>2</sup>, yakni Koefisien determinasi

n, yakni Sampel



Kriteria pengujiannya yakni :

1.  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ ,  $\text{sig.} < 0,05$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  tak diterima, artinya X ada dampak pada Y.
2.  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ,  $\text{sig.} < 0,05$ ,  $H_0$  tak diterima dan  $H_a$  diterima, artinya X ada dampak pada Y.