

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian kuantitatif dipergunakan dalam penelitian ini dengan melihat pandangan berdasarkan hubungan antar variabel yang diteliti bersifat kausal (sebab akibat) (Sugiyono, 2016:11).

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

Penelitian ini termasuk penelitian replikasi yang melanjutkan dari sebelumnya menggunakan kesamaan alat analisis, objek penelitian, indikator, dan variabel (Darma and dkk., 2020:35).

#### **3.3. Lokasi dan Jadwal Penelitian**

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

Perusahaan yang digunakan untuk melakukan penelitian adalah PT Ng Tech Supplies dimana itu lokasi di alamat Komp. Sakura Anpan Blok C No. 6, Kota Batam.

##### **3.3.2. Periode Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini memanfaatkan periode dalam waktu 6 bulan semenjak September hingga Januari 2022, untuk jadwal pelaksanaan penelitian yang lebih rinci dijabarkan berikut ini:

**Tabel 3.1.** Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Jadwal Pelaksanaan				
		2021				2022
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan
1.	Pengajuan Judul Penelitian	■				
2.	Penyusunan Bab I		■			
3.	Penyusunan Bab II		■	■		
4.	Penyusunan Bab III		■	■		
5.	Penyusunan Kuesioner			■		
6.	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner				■	■
7.	Pengolahan Data				■	■
8.	Penyusunan Bab IV dan Bab V				■	■
9.	Pengumpulan Skripsi					■

**Sumber :** Peneliti (2021)

### 3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.4.1. Populasi Penelitian

Kelompok orang dengan ciri ataupun karakteristik dimana sudah peneliti tentukan untuk dijadikan sumber data yang selanjutnya disimpulkan sesuai data yang sudah dikumpulkan disebut dengan populasi (Lubis, 2021:93). Sejumlah 168 orang dari konsumen PT Ng Tech Supplies dijadikan populasi penelitian ini yang dimulai dari Juli sampai Desember 2020.

#### 3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel Penelitian

Definisi dari sampel yakni anggota populasi yang dijadikan responden penelitian yang menunjukkan ciri-ciri atau karakteristik yang hampir sama

(Riyanto and Hatmawan, 2020:12). Untuk meminimalkan tingkat kesalahan dalam penentuan besar sampel, peneliti menggunakan rumus slovin yang dapat menoleransi tingkat kesalahan sampai sebesar 5%. adapun rumus slovin, yakni :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2} \quad \text{Rumus 3.1. Rumus Slovin}$$

Sumber : (Sanusi, 2017:101)

Di mana :

$n$  = Jumlah Sampel

$e$  = Taraf Kesalahan (5%)

$N$  = Total populasi (168)

$$n = \frac{168}{1 + 168(0,05)^2}$$

$$n = \frac{168}{1 + 168 (0,0025)}$$

$$n = \frac{168}{1 + 0,42}$$

$$n = \frac{168}{1,42}$$

$$n = 118,31$$

$$n = 118$$

Dengan didasarkan pada hasil kalkulasi diatas, maka sampel yang diperoleh adalah 118,31 orang maka peneliti membulatkan menjadi 118 orang.

### **3.4.3. Teknik *Sampling***

Teknik *probability sampling* dimanfaatkan untuk menentukan sampel penelitian yakni menggunakan metode *simple random sampling* dengan cara random dengan tidak memperhatikan tingkatan yang ada (Sugiyono, 2016:82).

### **3.5. Sumber Data**

Data primer dan sekunder dimanfaatkan menjadi jenis sumber data untuk pengkajian ini. Sumber data primer yang terdapat pada pengkajian ini ialah data pelanggan dari PT Ng Tech Supplies serta data tanggapan dari kuesioner yang disebarakan oleh peneliti kepada responden yang dijadikan sampel. Sedangkan sumber data sekunder pada pengkajian ini dari data perusahaan serta bahan pustaka didapatkan dari segala sumber literatur baik berupa buku digital (google book) maupun tidak, jurnal penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan variabel pada pengkajian ini.

### **3.6. Metode Pengumpulan Data**

Peneliti dalam mengumpulkan data mempergunakan kuesioner, dimana kuesioner ini dibuat menggunakan *google form* dan nantinya di dalam akan berisi pertanyaan yang berkaitan dengan masalah penelitian kemudian akan di sebarakan kepada konsumen setelah itu data yang di dapat akan digunakan untuk melakukan pengujian sehingga akan mendapatkan hasil yang benar dari pengujian hipotesis atau dugaan sementara dari penulis.

### **3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel penelitian ialah semua permasalahan dalam bentuk apa saja yang hendak diteliti oleh peneliti sehingga diperoleh semua informasi mengenai hal tersebut dan kemudian nantinya akan di tarik sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2016:38). Berikut ini adalah macam-macam variabelnya:

#### **3.7.1. Variabel Independen**

Variabel independen ialah variabel yang menjadi alasan atau pengaruh ke variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2016:39). Berikut ini adalah variabel bebasnya:

##### **3.7.1.1. Kualitas Pelayanan**

Kualitas layanan merupakan kumpulan berbagai karakteristik dari suatu produk ataupun berbagai layanan yang menunjukkan potensi yang dimaksudkan dalam rangka pemenuhan kebutuhan para pelanggan atau tersembunyi (Lianardi & Chandra, 2019:47). Berikut berbagai *indicator* yang termasuk dalam penilaian kualitas pelayanan (Tutoq & Syaifullah, 2021):

- 1 *Tangibles* (bukti fisik), yang merupakan sebuah rangkaian yang menunjukkan pengadaan berbagai fasilitas fisik, layanan dan tampilan yang diberikan dari para personil.
- 2 *Empathy* (empati), yang merupakan pemberian asa peduli juga rasa empati yang sifatnya mandiri dengan sasarannya adalah pelanggan.

- 3 *Reliability* (kehandalan), yang merupakan pemberian layanan berupa kinerja pegawai pada para pelanggan yang dapat dilihat melalui akurasi tempo, pelayanan yang merata, bersikap ramah, juga seksama yang *relative* tinggi.
- 4 *Responsiveness* (ketanggapan) yang merupakan suatu respon berupa bersedianya pegawai yang dapat mendukung dalam layanan yang bersifat gesit serta teliti pada saat memberikan pelayanan pada pelanggan.
- 5 *Assurance* (jaminan & kemahiran), yang merupakan bentuk adanya kemampuan yang terampil, beretika, serta kapabilitas dari para pegawai dalam rangka proses penanaman rasa yakin pada pelanggan.

#### **3.7.1.2. Kelengkapan Produk**

Menurut (Lianardi & Chandra, 2019:48) Kelengkapan produk merupakan semua jenis produk yang dihasilkan oleh produsen kemudian ditawarkan kepada konsumen untuk digunakan dan dimiliki untuk memenuhi kebutuhan atau mendapat manfaat tertentu. Menurut (Shantia & Heryenzus, 2021:2) Variabel integritas produk meliputi jenis item yang dijual dan ketersediaan item di perusahaan . Indeks kelengkapan:

- 1 Keragaman produk yang di jual, yaitu jumlah semua produk ataupun komoditas yang ada atau ditawarkan penjual pada pembeli.
- 2 Ketersediaan barang yang di jual merupakan kelengkapan dari berbagai jenis barang yang dijual pada tahun
- 3 Jenis atau macam merek yang tersedia mewakili semua jenis produk/merek yang tersedia.

4 Variasi produk yang dijual adalah jumlah item yang dipilih dalam setiap kategori produk.

### 3.7.2. Variabel Dependen

Variabel dependen ialah variabel yang mendapat dampak atau yang dipengaruhi oleh variabel independen (bebas) (Sugiyono, 2016:39). Berikut ini variabel terikatnya:

#### 3.7.2.1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan yang didasarkan pada *buyers* dengan tujuan agar dapat tertarik sehingga melakukan pembelian pada sebuah barang. Berikut *indicator* yang menggambarkan suatu keputusan pembelian diantaranya (Sanjaya, 2015:116-117):

- 1 Pembelian merek
- 2 Pembelian produk
- 3 Pemilihan saluran pembelian
- 4 Jumlah

Berikut dibawah ini operasional variabel penelitiannya:

**Tabel 3.2.** Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	Kualitas layanan merupakan kumpulan berbagai karakteristik dari suatu produk ataupun berbagai layanan yang menunjukkan potensi yang dimaksudkan dalam rangka pemenuhan kebutuhan para pelanggan atau tersembunyi	1. <i>Tangibles</i> 2. <i>Empathy</i> 3. <i>Reliability</i> 4. <i>Responsiveness</i> 5. <i>Assurance</i>	Skala <i>Likert</i>

Kelengkapan Produk (X <sub>2</sub> )	Kelengkapan produk merupakan semua jenis produk yang dihasilkan oleh produsen kemudian ditawarkan kepada konsumen untuk digunakan dan dimiliki untuk memenuhi kebutuhan atau mendapat manfaat tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keragaman produk yang dijual</li> <li>2. Ketersediaan barang yang dijual</li> <li>3. Macam merek yang tersedia</li> <li>4. Variasi produk yang dijual</li> </ol>	Skala <i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan yang didasarkan pada <i>buyers</i> dengan tujuan agar dapat tertarik sehingga melakukan pembelian pada sebuah barang.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian merek</li> <li>2. Pembelian produk</li> <li>3. Pemilihan saluran pembelian</li> <li>4. Jumlah.</li> </ol>	Skala <i>Likert</i>

### 3.8. Metode Analisis Data

#### 3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan gambaran tentang variabel-variabel dalam (Jaya, 2020:17). Yang berupa kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan keputusan pembelian. Kemudian menentukan indikator dari variabel yang telah ditetapkan, selanjutnya ialah melakukan pengukuran terhadap variabel tersebut. Skala pengukuran yang dipergunakan pada pengkajian ini ialah skala *likert* dengan bobot nilai sebagai berikut:



**Tabel 3.3.** Skala Likert

<b>Bobot</b>	<b>Pernyataan Jawaban</b>
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

**Sumber:** (Ghozali, 2018:45)

### **3.8.2. Uji Kualitas Data**

Dalam pengkajian ini, alat bantu yang dipakai peneliti yaitu *software* statistik yaitu SPSS versi 25 yang dapat memberikan kemudahan dan ketepatan dalam melakukan pengujian data.

#### **3.8.2.1. Uji Validitas**

Pelaksanaan pengujian ini dimanfaatkan dalam mengukur kevalidan suatu kuesioner. Dinyatakan valid sebuah kuesioner bilamana pertanyaan dalam kuesioner bisa mengukur sesuatu yang hendak diukur oleh peneliti (Ghozali, 2018:51).

#### **3.8.2.2. Uji Reliabilitas**

Uji reabilitas pada penelitian ini dimanfaatkan dalam mengukur kuesioner yang mana adalah indikator dari variabel. Dinyatakan realibel sebuah kuesioner bila jawaban responden atas pertanyaannya selalu konsisten atau sepanjang waktu dikatakan stabil (Ghozali, 2018:45).

### **3.8.3. Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.3.1. Uji Normalitas Data**

Pengujian ini dipergunakan dalam mengukur apakah data yang didapatkan oleh peneliti terdistribusi normal atau tidak (Gunawan, 2018:56). Dalam melakukan uji ini, peneliti memanfaatkan metode *Kolmogorov-Smirnov* yang penyimpulannya mengacu kriteria penilaian, antara lain:

1. Bila signifikansi yang dihasilkan senilai  $> 0,05$ , maka dinilai normal distribusi data.
2. Bila signifikansi yang dihasilkan senilai  $< 0,05$ , maka dinilai tidak normal distribusi data (Gunawan, 2018:67-68).

#### **3.8.3.2. Uji Multikolinearitas**

Pengujian ini dipergunakan sebagai pengukur apakah model regresi timbul korelasi antar variabel bebasnya atautkah kebalikannya. Pelaksanaan uji ini menggunakan penilaian *variance inflation factor* (VIF), artinya jika tidak terjadi multikolinearitas maka VIF bernilai  $< 10,00$  dan jika timbul multikolinearitas maka VIF senilai  $> 10,00$  (Febry and Teofilus, 2020:55-56).

#### **3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas**

Pengujian ini dipergunakan dalam melihat apakah model regresi antar pengamatan akan timbul beda *variance* dari nilai residual. Pengujian ini memanfaatkan uji *glejser*, dianggap baik model regresi pada dasar pengambilan

keputusannya bila tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yang dapat dilihat bahwa nilai sig > 0,05 (Duli, 2019:122).

### 3.8.4. Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji ini digunakan dalam melakukan pengujian terhadap tingkat hubungan yang menyangkut beberapa variabel bebas atau *predictor* (Ghodang & Hantono, 2020:90). Dapat dikatakan juga guna melihat terdapatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung.

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \varepsilon$$

**Rumus 3.2.** Rumus Regresi Linier Berganda

**Sumber :** (Ghodang & Hantono, 2020:90)

Keterangan :

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

$\alpha$  = Konstanta persamaan regresi

$\beta$  = Koefisien regresi

#### 3.8.4.2. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis ini memiliki tujuan guna menilai seberapa mampunya model menerangkan varian variabel dependen (Riyanto and Hatmawan; 2020:141)

### **3.8.5. Uji Hipotesis**

Uji hipotesis ini bertujuan untuk membandingkan bukti sampel yang digunakan dalam penelitian dengan tujuan menentukan apakah jawaban hipotesis diterima atau ditolak (Zakariah and Afriani, 2021:25).

#### **3.8.5.1. Uji t**

Pelaksanaan uji ini guna mengetahui pengaruh tiap variabel bebas terhadap variabel tergantung. Hermansyur & Aditi (2018:68-72) memaparkan, penyimpulan untuk hasil pengujian ini dengan cara memperbandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel sebagaimana berikut ini (Aditi & Hermansyur, 2018:68-72):

1. Bila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  ,  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.
2. Bila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ,  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

#### **3.8.5.2. Uji F**

Tujuan dari pelaksanaan uji ini untuk mengetahui apakah secara serempak seluruh variabel bebas dalam model berpengaruh pada variabel tergantung. Penyimpulan untuk hasil penelitian ini dengan mengacu pada alpha  $\alpha = 5\%$  atau taraf kepercayaan 95% dengan kriteria statistik uji F berikut ini (Aditi & Hermansyur, 2018:68-72):

1. Bila  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ,  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, dan
2. Bila  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ ,  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.