

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu penelitian yang berdasarkan asas positivisme, bermanfaat untuk menganalisis terhadap populasi dan sampel tertentu, analisis data yang berupa statistik bertujuan sebagai mengevaluasi hipotesis yang sudah ditentukan (Aprilliyani, 2020: 12).

3.2. Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan sifat replikasi yang merupakan penelitian yang mempunyai kesimpulan yang sama pada penelitian sebelumnya, baik dalam menggunakan metode yang sama ataupun situasi penelitian yang sama (Darwin et al., 2021: 12).

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Sinar Mitra Usaha yang berada di Jl. Laksamana Bintan, Komplek Ruko Gading Mas No.2-3, Sungai Panas, Kota Batam, Kepulauan Riau.

3.3.2. Periode Penelitian

Dalam penelitian ini waktu penelitian yang dibutuhkan oleh peneliti kurang lebih yaitu selama 5 bulan dimulai dari bulan September 2021 sampai penyusunan skripsi selesai.

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Tahun 2021				
	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
Pengajuan judul					
Studi pustaka					
Penyusunan penelitian					
Pembagian kuesioner					
Mengumpulkan data kuesioner					
Pengolahan data					
Pengumpulan skripsi					

Sumber : Peneliti, 2021

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Dalam penelitian (Ervandi, 2021: 154) menjelaskan bahawa populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup subjek ataupun objek yang memiliki nilai dan spesifik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk mengamati dan setelah itu mengambil kesimpulannya. Yang menjadi populasi

dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang membeli produk MaxTea Tarikk pada PT. Sinar Mitra Usaha yang berjumlah 170 pelanggan.

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin untuk mengukur besarnya sampel dalam populasi penelitian ini (Ernawati, 2019: 23) .

Rumus :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad \text{Rumus 3.1 Slovin}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = toleransi ketidakteelitian (5%)

Perhitungan :

$$n = \frac{170}{1+170(0,05)^2}$$

$$n = \frac{170}{1+0,425}$$

$$n = \frac{170}{1,425}$$

$$n = 119,26$$

dibulatkan menjadi $n = 119$

Berdasarkan rumus diatas maka didapatkan sampel sebanyak 119 sampel yang merupakan konsumen yang membeli produk MaxTea Tarikk di PT Sinar Mitra Usaha. Sampel tersebut akan diolah menggunakan proses perhitungan *software* SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 25.

3.4.3. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan peneliti yaitu *Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan secara sejenis dan tanpa memperhatikan strata, maka semua anggota dari populasi mempunyai peluang yang sama yang akan dipilih menjadi anggota sampel (Hidayat & Mohyi, 2020: 72), Salah satu metode yang digunakan yaitu *Simple Random Sampling*.

3.5. Sumber Data

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data primer pada penelitian ini bisa diperoleh dari hasil jawaban kuesioner yang disebar ke pelanggan yang melakukan pembelian produk MaxTea Tarikk di PT Sinar Mitra Usaha.
2. Data sekunder peneliti mendapatkan dari data penjualan produk MaxTea Tarikk di PT Sinar Mitra Usaha dan jurnal.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu dengan kuesioner yang merupakan seperangkat pertanyaan yang disebar ke orang lain yang bersedia untuk menjawab pertanyaan tersebut dan sesuai dengan permintaan dari pengguna (Dolet Unadrajan, 2019: 132).

Alat pengumpulan kuesioner menggunakan Skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian ini. Skala *Likert* merupakan skala yang mengukur dari tindakan atau tanggapan dari seseorang dengan menunjukkan setuju atau tidak setuju pada kejadian tertentu (Arief, 2021: 69) .

Tabel 3.2 Kategori Skala *Likert*

Nilai	Skala
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber : (Arief, 2021: 69)

3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sifat, spesifik atau ciri dari suatu subjek atau objek penelitian, yang signifikan dengan masalah yang akan diteliti, melakukan evaluasi terhadapnya, perlu mempunyai suatu nilai, serta nilainya berbagai jenis diantara satu objek dengan yang lainnya (Silomun, Armanu, & Rinaldo Fernandes, 2018: 31).

3.7.1. Variabel Bebas

Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas atau variebel independen yaitu terdiri dari Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan Penjualan pribadi (X3).

Tabel 3.3 Operasional Variabel Bebas

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Citra Merek (X1)	Citra Merek yaitu uraian tentang gambaran dan kepercayaan konsumen dengan merek tersebut. Suatu produk disertai dengan citra merek yang bagus akan menghasilkan rasa senang bahkan pendapat dari masyarakat yang baik terhadap suatu merek pada produk kemudian pemasaran produk tersebut akan menghadapi pengembangan (Rosa Indah <i>et al.</i> , 2020: 85).	1. Citra dalam produk 2. Citra dari pemakai (Ristianti & Iriani, 2020: 1030)	Skala <i>likert</i>
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk merupakan keseluruhan suatu karakteristik produk beserta pelayanan yang memiliki keterampilan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen (Wijaya & Purba, 2020: 854).	1. Keahlian 2. Ketahanan 3. Kesesuaian 4. Keistimewaan 5. Keandalan (Ristianti & Iriani, 2020: 1029)	Skala <i>likert</i>
Penjualan pribadi (X3)	Penjualan personal atau <i>personal selling</i> adalah penyampaian secara personal dari tenaga pemasaran perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan penjualan dan menjalin hubungan baik dengan konsumen (Ervandi, 2021: 153).	1. Pengetahuan produk 2. Kreativitas 3. Kemampuan komunikasi (Purnomo <i>et al.</i> , 2019: 734)	Skala <i>likert</i>

Sumber : Peneliti, 2021

3.7.2. Variabel Terikat

Dalam penelitian ini variabel terikat atau variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

Tabel 3.4 Operasional Variabel Terikat

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah langkah dari proses sebuah kepastian yang dimana konsumen dengan sesungguhnya untuk membeli suatu produk (Fatmaningrum <i>et al.</i> , 2020: 1029).	1. Pilihan produk 2. Pilihan penyalur 3. Frekuensi pembelian (Ristianti & Iriani, 2020: 1029)	Skala <i>likert</i>

Sumber : Peneliti, 2021

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan deskripsi dari responden yang memberikan suatu rincian atau konsep yang dimana dari variabel tersebut diperlukan untuk dianalisa melalui kapasitas yang tersedia (Pratama & Realize, 2020: 36).

3.8.2. Uji Kualitas Data

3.8.2.1. Uji Validitas

Peneliti menggunakan uji validitas untuk mengukur suatu data yang sudah didapatkan sesudah melaksanakan penelitian yang dimana adalah data yang benar dengan menggunakan kuesioner sebagai alat ukur. Jika suatu instrumen dinyatakan valid, maka kriteria yang dipakai atau bahan uji coba yang menyatakan valid atau sudah mencukupi syarat apabila nilai dari koefisien r hitung lebih besar dari 0.30 dan sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari 0.30 maka dinyatakan tidak valid (Hadiyati, 2020: 95).

Dalam uji validitas dapat dihitung dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* atau disebut dengan korelasi *pearson*. Rumus yang dapat digunakan yaitu sebagai berikut (Riyanto & Hatmawan, 2020: 63) :

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Rumus 3.2 Uji Validitas

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

N = Jumlah banyaknya subjek

X = Skor Item

Y = Skor total dari x

3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas yaitu menunjukkan seluas mana dari suatu alat ukur bisa dipercaya dan benar. Uji reliabilitas bisa membuktikan kesesuaian dalam jawaban responden yang terdapat di dalam kuesioner, jika terdapat nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka reliabilitas pada suatu instrumen variabel dinyatakan reliabel (Hadiyati, 2020: 95).

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah dalam model residual, regresi memiliki distribusi yang normal. Bertujuan untuk melakukan pengujian apakah residual memiliki distribusi dengan normal, dengan menggunakan pengujian Kolgorov-Smirnov. Jika residual terdistribusi normal maka nilai signifikan adalah $> 0,05$ (Purnomo *et al.*, 2019: 736).

3.8.3.2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan antara variabel independen yang terkandung pada model regresi mempunyai hubungan linier yang baik (mempunyai koefisien kolerasi yang tinggi ataupun satu). Dengan model regresi yang benar harusnya tidak menimbulkan multikolinieritas. Agar bisa mengetahui terdapatnya atau tidak multikolinieritas, jadi menggunakan nilai VIF (Variance Inflation Factor). Tidak

akan terjadinya multikolinieritas kalau nilai dari VIF kecil dari 10 (Purnomo et al., 2019: 736).

3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat persamaan varian dalam residual model regresi. Dalam uji heteroskedastisitas bisa menggunakan uji *Glejser* dengan metode meregresikan antara nilai absolut residualnya dan variabel bebas. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak mengalami heteroskedastisitas (Purnomo et al., 2019: 736).

3.8.4. Uji Pengaruh

3.8.4.1. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk memperoleh asosiasi dan bobot yang berasal dari kedua variabel ataupun lebih, dan dapat dipakai untuk menentukan arah hubungan diantara variabel dependen dan independen (Pratama & Realize, 2020: 39). Terdapat rumus untuk regresi linear berganda sebagai berikut (Puspita & Rahmawan, 2021: 100) :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \quad \text{Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda}$$

Keterangan :

e : error

β : nilai koefisien regresi

α : konstanta

Y : keputusan pembelian

X1 : citra merek

X2 : kualitas produk

X3 : penjualan pribadi

3.8.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Melakukan uji koefisien determinasi (R²) untuk mengukur seberapa jauh dari kemampuan model dalam menunjukkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R²) yang kecil maka kemampuan variabel bebas dalam menguraikan variasi variabel terikat sangat tertentu. Sedangkan, nilai dari koefisien determinasi (R²) menghampiri satu, jadi variabel independen membagikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk mengukur variasi variabel dependen (Ernawati, 2019: 29).

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji t (Uji Parsial)

Dalam uji t berfungsi untuk melihat apakah adanya pengaruh diantara variabel bebas dengan secara parsial terhadap variabel terikat. Terdapat kriteria pengambilan keputusan yaitu, apabila $t > 0,05$ maka menyatakan variabel bebas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika $t < 0,05$ maka menyatakan variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Purnomo et al., 2019: 735).

Adanya kriteria untuk pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut (Ernawati, 2019: 28) :

1. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima.
2. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Terdapat rumus untuk menghitung uji t sebagai berikut (Wiwi Kurnianingsih, 2019: 520) :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2} \quad \text{Rumus 3.4 Uji t}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

t = koefisien signifikan (t_{hitung})

n = jumlah sampel

r^2 = koefisien determinasi

3.9.2. Uji f (Uji Simultan)

Dari uji F bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh secara simultan diantara variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila nilai $sig < 0,05$ maka menyatakan variabel bebas terdapat pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat dan sebaliknya (Purnomo et al., 2019: 735).

Adapun pengambilan keputusan dalam uji f yaitu sebagai berikut (Wiwi Kurnianingsih, 2019: 520) :

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka menyatakan H_0 ditolak.
2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka menyatakan H_0 diterima.