

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah salah satu desain penelitian yang memaparkan suatu hal dengan memberikan ciri tertentu dari sebuah fenomena dalam permasalahan yang terjadi (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini menggunakan data berupa angka dan menggunakan alat statistik. Sedangkan pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif merupakan Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian Kuantitatif. Penelitian Kuantitatif dapat diartikan sebagai Prosedur penelitian berdasarkan positivisme digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu.

Teknik pengambilan sampel seringkali dilakukan secara acak, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat penelitian, dan pengolahan data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah disusun. (Gunarsih et al., 2021).

Dari beberapa pendapat ahli bisa disimpulkan bahwa dalam melakukan penelitian memerlukan data untuk di analisis untuk menentukan fenomena yang di teliti sesuai dengan data yang diteliti harus valid dan tersebut harus memiliki bukti keabsahan atau yang bisa di buktikan, yang kemudian di lakakukan pengujian dengan beberapa metode pengujian seperti menggunakan reliabilatas, validitas dan data harus bersifat obyektif.

3.2. Sifat Penelitian

Jenis yang diteliti mirip dengan penelitian yang telah dilakukan penelitian sebelumnya, dengan variabel, indikator dan metode penelitian yang diangkat sama seperti penelitian terdahulu, namun ada yang berbeda yaitu dari objek penelitian yang diangkat dengan peneliti terdahulunya, dalam meneliti memerlukan data untuk mendapatkan apakah terdapat pengaruh harga, iklan dan kualitas pelayanan pada objek ini, dari objek yang diteliti pada PT Jumbo Power International.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang diambil dalam penelitian ini di PT. Jumbo Power Internasional yang beralamat di Jl. Majapahit Kavling 110, Komplek Bintang Baru Blok C No. 05, Batam, Kepulauan Riau. Alasan peneliti memilih lokasi ini bahwa PT Jumbo Power Internasional sudah berdiri 35 tahun yang lalu dan menjadi distributor pelumas dan minyak rem internasional.

3.3.2. Periode Penelitian

Untuk mendapatkan data penelitian melakukan penelitian langsung yang dilakukan sesuai dengan tabel yang jadwal agar penelitian bisa lebih terstruktur dan bisa sesuai dengan yang diharap, penyusunan dijadwal pada tahun ini yang memakan waktu selama 6 bulandari Marethingga Agustus.

Tabel 3 1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	2022					
		Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agus
1	Studi Pustaka						
2	Perumusan Judul						
3	Pengajuan proposal skripsi						
4	Pengambilan data						
5	Pengolahan data						
6	Penyusunan laporan skripsi						
7	Pengajuan laporan skripsi						
8	Penyerahan skripsi						
9	Penyelesaian skripsi						
10	Penerbitan jurnal						

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Penelitian (Aswad et al., 2018) Populasi adalah wilayah yang digeneralisasikan dimana peneliti memiliki ciri-ciri tertentu dari objek atau subjek penelitian melalui penelitian dan kemudian mencapai suatu kesimpulan. Di dalam penelitian ini populasi yang diambil merupakan pembeli Pelumas di PT. Jumbo Power Internasional.

Pemilihan lokasi penelitian pada PT. Jumbo Power Internasional dikarenakan merupakan salah satu toko perlengkapan sparepart yang telah mempunyai konsumen dengan total 3,670 konsumen di kota Batam .

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Menurut Sugiyono, (2018) sampel ialah yang ada didalam populasi atau dapat dikatan bagian dari populasi. Tujuan adanya populasi yaitu untuk hasil kesimpulan yang umum tentang populasi dengan berdasarkan hasil penelitian dengan sampel yang akan dipilih.

Non-probabilitas merupakan salah satu teknik pengambilan sampel, yang merupakan proses pemilihan populasi menggunakan metode purposive sampling. Konsumen yang membeli Pelumas di PT. Jumbo Power Internasional pada tahun 2020 yang berjumlah 3,670 merupakan populasi. Kategori kontrol menjadi penilaian representatif responden. Kategori control dalam penelitian ini :

1. Responden dapat berjenis kelamin laki-laki dan perempuan
2. Dengan usia minimal 17 tahun, dikarenakan usia 17 tahun karna pada dasarnya umur 17 dapat menilai sesuai dengan yang ia terima, baik atau buruk.
3. Konsumen yang melakukan pembelian Pelumas di PT. Jumbo Power Internasional.
4. Konsumen memiliki pengetahuan tentang penggunaan Pelumas.

Dalam penelitian ini menggunakan metode survei responden disebar kepada konsumen yang melakukan pembelian Pelumas di PT. Jumbo Power Internasional. Rumus slovin digunakan untuk mengetahui total sampel :

Rumus 3 1 Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{N (d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Total sampel

N = Total populasi

d = Nilai presisi yang digunakan yaitu 8% atau 0,8

untuk mengetahui jumlah sampel yang ada di penelitian ini yaitu dengan rumus :

$$n = \frac{3,670}{3,670 (8\%)^2 + 1}$$

$n = 150,1145287958$

$n = 150$

Sehingga, dalam penelitian ini total sampel yaitu 150,1145287958 atau dibulatkan menjadi 150 orang.

3.4.3. Teknik Sampling

Dalam melakukan penelitian memerlukan teknik untuk mencari dan menentukan hasil dari suatu penelitian, yang mana hasilnya bisa diterima oleh semua dan teknik yang digunakan juga harus rasional. Adapun teknik yang digunakan Purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu, digunakan sebagai teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini.

Berdasarkan penelitian (Komala & Nellyaningsih, 2017) Sampling Purposive adalah teknik penentu sampel dengan pertimbangan tertentu. Maka dalam penelitian ini sampel yang diambil merupakan konsumen PT Jumbo Power International dengan rentang usia 17 tahun karena peneliti mempertimbangkan usia tersebut bisa memberikan tanggapan yang lebih baik karena di usia ini mereka lebih cenderung ingin merasakan terlebih dahulu atau berdasarkan pengalamannya yang mereka ungkapkan.

3.5. Sumber Data

Sumber data merupakan sumber yang didapatkan untuk dianalisis dalam hal ini sumber data yang didapatkan adalah dalam penelitian ini adalah sumber data yang diambil dari konsumen pelumas pada PT Jumbo Power International yang beralamat di Jl. Majapahit Kavling 110, Komplek Bintang Baru Blok C No. 05, Batam, Kepulauan Riau. Yang membidangi sebagai distributor pada penelitian ini, yang mana sumber data yang digunakan melalui data, yaitu:

3.5.1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung tanpa adanya prantara yang membantu mencari atau memberikan data, yang mana data ini diperoleh dari penyebaran kuisisioner secara langsung ke konsumen PT Jumbo Power International yang dipilih untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini.

3.5.2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diambil dari pihak kedua atau tidak secara langsung, data ini diperoleh dari perusahaan dan dari jurnal-jurnal dan buku, berikut uraian dari data sekunder yang digunakan, yakni :

1. Perusahaan

Data yang diperoleh dari seluruh data penjualan yang dibuat menjadi data sehingga dapat kita lihat kondisi dari penjualan perusahaan tersebut.

- a. Jurnal

Jurnal merupakan karya ilmiah yang di dapatkan melalui penelitian yang berdasarkan teori akademis. yang mana dari penelitian ini juga disusun dengan mengabungkan jurnal atau refrensi dari data empiris dari penelitian sebelumnya.

b. Buku

Adapun peneliti mengambil dari refrensi buku untuk toeri-teori dari sebagai pedoman untuk bisa melakukan penelitian ini.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Penggunaan kuisisioner yang akan dilakukan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono, (2018) kuisisioner adalah salah satu cara untuk mengumpulkan data dengan memberikan beberapa pertanyaann kepada responden sesuai dengan materi yang akan diteliti.

Ketika peneliti mengetahui variabel yang akan diukur serta mengetahui apa yang dapat diharapkan dari responden maka teknik ini akan lebih efisien. Serta teknik kuisisioner ini cocok digunakan apabila total responden cukup luas dan tersebar dibeberapa wilayah.

Adanya kuesioner ini akan memperoleh data sampai informasi dari pembeli Pelumas di PT Jumbo Power Internasional. Peneliti menyebarkan kuisisioner ini ke semua konsumen PT Jumbo Power International yang mana kuisisioner yang telah peneliti tentukan dengan menggunakan teknik sampling purposive yang dapat memperoleh data empiris yang diterima oleh konsumen.

3.7. Definisi Operasional Variabel

3.7.1. Variabel Independen

1. Harga

Terdapat satu komponen penting dari strategi pemasaran yaitu Harga. Dalam konsep harga dapat memainkan peran dalam hal jual beli antar konsumen dan produsen. Menurut Kotler dan Armstrong (Sari, 2017) mengatakan bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang dibayar oleh pembeli dengan manfaat untuk memiliki suatu yang di jual oleh penjualan.

2. Iklan

Menurut Kotler dan Keller dalam Alfansi, (2017) Iklan merupakan bentuk dari bauran pemasaran dengan promosi gagasan dengan bentuk barang atau jasa dapat sponsor tertentu yang wajib dibayar. Iklan yang baik yaitu yang menarik konsumen dengan tujuan agar diingat oleh konsumen tersebut. iklan seharusnya memiliki bahasa serta kandungan pesan yang baik dan menarik. Serta informasi dalam periklanan sesuai dengan mutu produk.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kesesuaian dari harapan konsumen pengguna layanan dengan persepsi konsumen dari atas pelayanan yang diberikan oleh jasa tersebut. kualitas pelayanan ini menjadi bagian dari strategi manajemen pemasaran atau bauran pemasaran. Dengan kualitas pelayanan telah menjadi satu tahap faktor yang sering muncul dengan keberhasilan suatu perusahaan.

3.7.2. Variabel Dependen

Variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain dikatakan bergantung pada variabel lain tersebut. Keputusan Pembelian merupakan variabel terikat penelitian (Y). Iklan yang dapat dilihat dan didengar oleh sebagian besar konsumen dengan harga yang pantas. Konsumen lebih mungkin untuk membeli produk yang berkualitas lagi ketika layanan memiliki standar yang tinggi dan memenuhi harapan mereka.

Tabel 3 2 Operasionalisasi variabel

Variabel	Pengertian	Indikator
Harga (Variabel X1)	Biaya sejumlah barang tertentu atau kombinasi barang dan jasa disebut sebagai harga.	Harga yang terjangkau Keselarasan harga dan kualitas produk Berdaya saing harga dan mamfaat yang diterima
Iklan (Variabel X2)	semua jenis presentasi berbayar dan promosi konsep, produk, atau layanan yang dibuat dengan cara tidak dari biaya pribadi melainkan oleh sponsor tertentu.	1. Iklan yang menarik 2. Kandungan pesan iklan 3. Informasi yang di sampaikan
Kualitas pelayanan (Variabel X3)	Setiap aktivitas atau kinerja yang dapat diberikan satu pihak kepada pihak lain, seperti yang dilakukan penjual untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli atau konsumen, disebut sebagai layanan.	1. Keandalan (reliability) 2. Daya tanggap (responsiveness) 3. Jaminan (assurance) 4. Empati 5. Produk-produk fisik

		(tangibles)
Keputusan Pembelian (Variabel Y)	Membuat keputusan untuk membeli sesuatu adalah proses integrasi yang mengintegrasikan pengetahuan untuk menilai beberapa alternatif perilaku dan memilih satu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. sebagai akibat dari kebutuhan atau keinginan 2. Membeli pilihan berdasarkan data dan sumber tertaut 3. Pilihan untuk membeli sesuatu dengan melakukan evaluasi dan pertimbangan beberapa pilihan.

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan statistik yang berfungsi dalam memberikan diskripsi serta gambaran kepada objek penelitian dengan sampel yang ada. Pada analisis deskriptif menjelaskan karakteristik tempat penelitian, objek, serta hal-hal dari masing-masing variabel.

Yang mana data ini diperoleh melalui kuisisioner yang disebarakan untuk memperoleh responden dan jawaban oleh responden terhadap pertanyaan yang diteliti, setelah data diperoleh maka data akan dijadikan satu untuk dikumpulkan atau dikelompokkan kedalam tabel selanjutnya akan ditarik kesimpulan dengan memberikan nominal dalam jumlah responden. Melalui data ini juga yang akan digunakan untuk

menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, karena bisa memecah masalah yang diteliti untuk melihat pengaruh dari variabel independen (X1, X2 dan X3) terhadap variabel dependen Y.

3.8.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian yang menggunakan variabel independen dua atau lebih uji pengaruhnya analisis regresi linier berganda. Menurut Sugiyono, (2018; 277) Regresi linier berganda dipergunakan sebagai dasar peneliti untuk melihat fluktuatif variabel dependennya serta pada regresi linier berganda ini dapat mengetahui nilai faktor prediktor yang dinaik turunkan oleh nilainya. Persamaan untuk analisis regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu :

Rumus 3 2 Regresi Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan :

Y : Struktur Volume penjualan

a : Harga Konstan

b : Koefisien regresi

X1 : Harga

X2 : Iklan

X3 : Kualitas Pelayanan

Untuk melakukan uji regresi linier berganda dilakukan dengan bantuan SPSS versi 21.0 For Windows. Pengujian dilakukan menggunakan uji F (ANOVA) dengan taraf signifikansi 5% , hipotesis diterima atau ditolak ditentukan dengan ketentuan di

bawah ini: Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa:

1. variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti bahwa variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.8.3. Analisis Determinasi (R^2)

Pada Koefisien determinasi peneliti melihat serta menilai bagaimana seberapa jauh kemampuan rancangan peneliti. Menurut Ghozali, (2018;97) ketika nilai R^2 bernilai kecil artinya semua variabel independen untuk menjelaskan variabel dependennya hanya sedikit. Dan sebaliknya, ketika nilai R^2 bernilai besar maka variabel-variabel independennya menjelaskan variabel dependennya besar. Jika *R Square* bernilai 0, maka tidak ada sedikit pun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat, atau variasi variabel bebas tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel terikat.

3.8.4. Uji Hipotesis

Menurut Penelitian (Santosa & Luthfiyyah, 2020) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul.

3.9.1. Uji Kualitas Data

3.9.1.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas atau validitas kuesioner. Menurut Sugiyono, (2018:128), apa yang seharusnya diukur dapat mengefektifkan

suatu pengukuran data dalam penelitian, sehingga alat tersebut bisa memperoleh struktur yang sesuai dalam harapan penelitian.

Pengukuran setiap elemen pertanyaan ini menggunakan uji validitas, dengan mengkorelasikan skor setiap elemen dan skor totalnya dengan rumus analisis product-moment Pearson. Menurut Singarimbun dan Effendi dalam (Fouratama, 2018), gunakan rumus berikut untuk menguji efektivitas:

product-moment Pearson. Menurut Singarimbun dan Effendi dalam (Fouratama, 2018), gunakan rumus berikut untuk menguji efektivitas:

Rumus 3 3 Analisis Product-Moment Pearson

$$r = \frac{n (\Sigma XY) - (\Sigma x \Sigma y)}{\sqrt{[n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = koefisien *korelasi product moment*

n = banyaknya sampel

N = banyaknya populasi

X = nilai variabel X

Y = nilai variabel Y

Jika nilai koefisien korelasi (r) antara item dan skor total item memiliki tingkat signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05, maka elemen item yang digunakan valid.

3.9.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indikator yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dikatakan reliabel. Kuesioner yang reliabel merupakan kuesioner yang

akan menghasilkan data yang sama jika dilakukan berulang kali pada kelompok yang sama (Janna, 2020). Menurut Arikunto dalam Fatimah & Isnaini, (2018), dalam pengujian realibilitas dapat menggunakan rumus Alpha Cronbach, yaitu :

Rumus 3 4 Alpha Cronbach

$$r_{11} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a^2}{a^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum a^2$: jumlah varians butir

a^2 : varians total

Jika Instrumen tidak dikatakan reliabel bila memiliki *Alpha Cronbach* lebih kecil atau sama dengan 0,6 ($\alpha \geq 0,6$). Nilai 0,6 atau kurang umumnya menunjukkan keandalan konsistensi internal yang buruk.

3.9.3. Uji Asumsi Klasik

3.9.3.1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk memeriksa apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi berdistribusi normal. Seperti yang kita ketahui bersama, uji-t dan uji-F mengasumsikan bahwa nilai-nilai residual berdistribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, uji statistik tidak valid untuk ukuran sampel kecil (Ghozali, 2018:160-165). Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov, dengan rumus:

Rumus 3 5 Kolomogrov-Smirnov

$$KD = 1,36 \frac{\sqrt{n_1 + n_2}}{n_1 + n_2}$$

Keterangan:

KD = Jumlah Kolomogrov-Smirnov yang dicari

n_1 = Jumlah sampel yang diperoleh

n_2 = Jumlah sampel yang diharapkan

Data dikatakan memiliki residual normal jika nilai signifikansi lebih besar dari pada 0,05, begitu juga untuk sebaliknya. Apabila data yang dihasilkan memiliki residual normal, maka menggunakan statistik parametrik, dan apabila residual tidak berdistribusi normal maka menggunakan data statistik non- parametrik (Basuki, 2019:57). Untuk melakukan uji normalitas dilakukan dengan bantuan SPSS versi 21.0 *ForWindows*.

3.9.4. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali, (2018) menjelaskan bahwa uji multikolinearitas dimaksudkan tujuan dalam pengujian teknik regresi yang ditemukan iya atau tidak korelasi pada variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan yang dapat digunakan dalam uji multikolinearitas adalah:

1. Apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan $VIF < 10$, maka artinya tidak terjadimultikolinearitasdalammodelregresi
2. Apabila nilai *Tolerance* lebih kecil dari 0,10 dan $VIF < 10$, maka artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

3.9.5. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memverifikasi apakah terdapat ketidaksamaan pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Ada beberapa metode untuk melakukan uji heteroskedastisitas yaitu, uji plot, uji taman, uji glejser (Ghozali, 2019: 139-141). Adapun teknik lain dapat digunakan dalam menguji heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan uji *glejser*. Dasar pengambilan keputusan yang dapat digunakan dalam uji heteroskedastisitas adalah:

1. Apabila nilai probabilitas $> 0,05$, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
2. Apabila nilai probabilitas $< 0,05$, maka terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi

Untuk menguji heteroskedastisitas peneliti melakukannya dengan bantuan SPSS versi 21.0 *For Windows*.

3.9.6. Uji Pengaruh

3.9.6.1. Uji Regresi Linier sederhana

Menurut Basuki (2018:45), regresi linier sederhana adalah analisis regresi dengan satu independent variable, dengan formulasi umum:

Rumus 3 6 Formulasi Umum

$$Y = a + b_1X_1$$

Keterangan

Y = Dependent variable

a = Konstanta

b_1 = koefisien regresi X_1

Untuk melakukan uji regresi linier sederhana dilakukan dengan bantuan SPSS versi 21.0 For Windows. Pengujian dilakukan menggunakan taraf signifikansi 5%, hipotesis diterima atau ditolak ditentukan dengan ketentuan di bawah ini:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima (koefisien regresi tidak signifikan).
Ini berarti bahwa variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_1 diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.