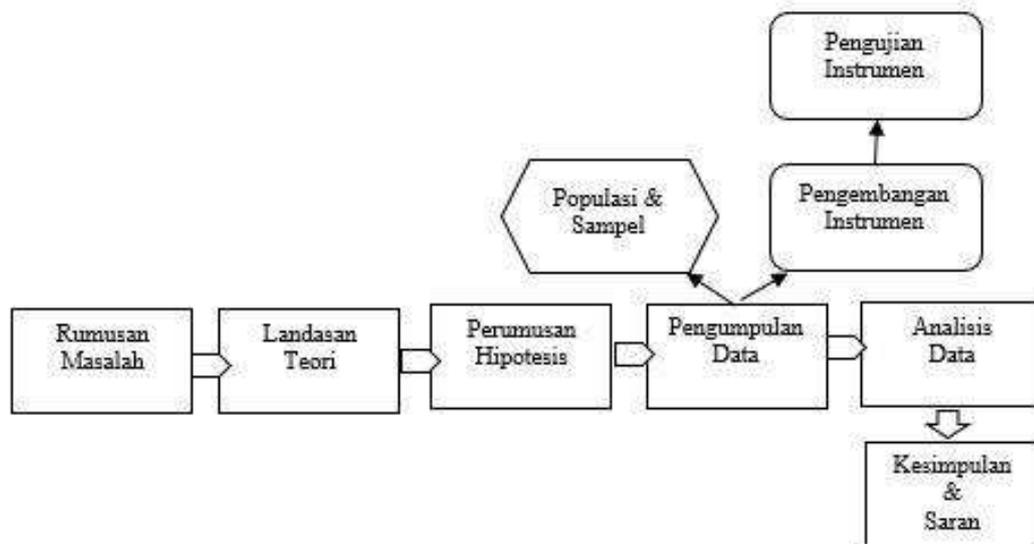


BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain dalam penelitian adalah penjelasan yang lebih mendalam mengenai metode atau teknik yang digunakan oleh peneliti serta langkah-langkah dari awal hingga akhir penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. *Method* penelitian termasuk suatu cara alamiah dalam mengumpulkan suatu data yang dapat digunakan sesuai fungsi tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono & Susanto, 2017: 1). Didalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk mengambil *method* kuantitatif. Metode ini memiliki artian sebagai suatu teknik atau cara dari peneliti dalam memanfaatkan sekumpulan sampel atau sebagian kecil dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun jenis penelitian yang diambil peneliti juga yaitu bersifat deskriptif yang tujuannya untuk mengetahui secara rinci seperti mean, min, maks dan standar deviasi dari variabel bebas dan variabel terikat tanpa mengkaitkan dengan satu variabel sama lain. Kesimpulan akhir dari tujuan desain yang diambil peneliti yaitu untuk memperdalam kajian objek dengan teori para ahli sebelumnya yang dijadikan referensi. Sehingga peneliti memutuskan memilih variabel independen yang akan diteliti yaitu kualitas pelayanan dan promosi, sedangkan untuk variabel dependen nya adalah keputusan pembelian. Berikut adalah gambar dari rancangan penelitian yang telah peneliti rangkum dari beberapa kajian diatas, yaitu :



Gambar 3.1 Desain Penelitian

Dari gambar diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa sumber data yang diperoleh menjadi sampel yaitu berasal dari hasil kuesioner yang akan dibagikan kepada tiap responden yang mewakili atau dominan terhadap variabel yang diteliti dan ini pada umumnya dinamakan dengan data primer (Sugiyono, 2014: 225). Adapun tujuan serta maksud dari penelitian ini adalah untuk memahami dan mempelajari apakah variabel bebas yang diambil peneliti berupa kualitas pelayanan dan promosi terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat berupa keputusan pembelian memiliki nilai signifikan atau ternyata tidak signifikan sama sekali dengan objek penelitian berupa konsumen yang membeli produk di PT Niaga Utama Sarana Pangan serta teknik pengumpulan sampel yang dipakai oleh peneliti yaitu bersifat purposive atau sesuai kriteria yang telah peneliti tentukan sebelumnya.

3.2 Operasional Variabel

Variabel yang terdapat dalam penelitian memiliki artian sebagai suatu konstruk yang terdiri dari berbagai macam bentuk yang telah dirancang oleh peneliti yang dengan maksud akan dipelajari lebih dalam dan rinci akan informasi tersebut hingga dihasilkannya kesimpulan akhir yang bermanfaat dan berguna bagi pihak tertentu yang terkait dan memiliki hubungan dengan variabel yang diambil oleh peneliti (Sugiyono, 2014: 39).

3.2.1 Variabel Dependen

Variabel yang bersifat dependen ini pada umumnya disebut juga variabel terikat yang artinya variabel ini akan di pengaruhi oleh variabel bebas atau variabel yang akan menjadi hasil dari akibat variabel bebas . berikut dibawah ini adalah variabel sifat dependen yang telah ditetapkan oleh peneliti, yaitu :

Variabel keputusan pembelian (Y), yang memiliki pengertian sebagai suatu respons atau tanggapan positif dari setiap konsumen dalam hal untuk memutuskan memilih transaksi pembelian terhadap produk yang ditawarkan serta dijual oleh perusahaan karena konsumen telah merasakan manfaat yang diinginkan. Adapun lima jenis indikator yang peneliti ambil menurut (Wibowo, 2017: 302-305), yaitu :

1. Produk yang dipilih
2. Merek yang dipilih
3. Pelayanan yang dipilih
4. Durasi Pembelian yang dipilih
5. Kuantiti pembelian yang dipilih

3.2.2 Variabel Independen

Variabel yang memiliki sifat independen ini pada umumnya disebut juga sebagai variabel bebas yang memiliki artian sebagai variabel yang mempunyai ulah atau penyebab terhadap munculnya variabel dependen. Adapun variabel independen yang telah peneliti tetapkan diawal ada 2, yaitu :

Kualitas pelayanan (X_1), yang memiliki maksud sebagai tolok ukur atau acuan terutama bagi pihak perusahaan dalam aktivitas untuk menaikkan ketertarikan ataupun minat pembelian secara signifikan serta efektif bagi pihak konsumen. Berikut ini terdapat 5 indikator yang diambil peneliti dari (Priansa, 2016: 57), berupa :

1. *Direct Evidence*
2. *Skill*
3. *Comprehension*
4. *Collateral*
5. *Empathy*

Promosi (X_2), yang memiliki artian sebagai alat media perantara yang tergolong cukup efisien bagi suatu entitas kepada calon atau konsumen yang ingin membeli melalui cara dengan mengajak, memperkenalkan dan menjelaskan produk ke khalayak ramai yang berjangkauan luas demi mendapatkan omset penjualan yang pesat. Berikut dibawah ini terdapat 4 indikator yang peneliti pilih berdasarkan (Kotler & Keller, 2012: 219) sebagai berikut :

1. *Sales Frequency*
2. *Promotion Capacity*
3. *Accurate Time*
4. *Promotion Schedule*

Berikut ini disajikan tabel operasional dari variabel yang peneliti gunakan :

Tabel 3.1 Pengertian Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Nomor Kuesioner	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah salah satu bagian utama yang artinya adalah suatu ukuran tingkat keunggulan yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan pembeli atau konsumen (Priansa, 2016: 51)	1. Bukti Langsung 2. Kecakapan 3. Daya Paham 4. Jaminan 5. Empati	X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10	Likert
2	Promosi (X2)	Menurut (Kotler & Keller, 2012: 219) promosi merupakan inti dalam <i>marketing</i> yang tujuannya untuk mendorong pembelian menjadi lebih besar dan cepat oleh konsumen.	1. Keseringan Penjualan 2. Kapasitas Promosi 3. Keakuratan Waktu 4. Jadwal Promosi	X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8	Likert

3	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian menurut (Wibowo, 2017: 201) yaitu suatu kegiatan yang mengharuskan konsumen paham akan masalah yang dihadapinya, mencari solusi dari masalah yang dihadapi dengan mengenal lebih dalam terhadap produk ataupun merek yang dibeli yang akhirnya menimbulkan transaksi pembelian.	1. Produk yang dipilih 2. Merek yang dipilih 3. Pelayanan yang dipilih 4. Durasi pembelian yang dipilih 5. Kuantiti pembelian yang dipilih	Y _{1.1} Y _{1.2} Y _{1.3} Y _{1.4} Y _{1.5} Y _{1.6} Y _{1.7} Y _{1.8} Y _{1.9} Y _{1.10}	Likert
---	-------------------------	---	--	---	--------

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ini merupakan jumlah keseluruhan dari objek ataupun subjek umum yang akan diteliti serta memiliki gambaran kategori atau sifat tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya yang akan dipahami, diteliti dan pada hasil akhirnya akan menghasilkan suatu kesimpulan yang bermanfaat (Sugiyono, 2014: 80). Adapun jumlah populasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini berjumlah 227 pelanggan toko dari PT Niaga Utama Sarana Pangan yang telah membeli produk beras cap “Raja Ultima 25kg”.

3.3.2 Sampel

Sampel memiliki pengertian sebagai hasil dari sebagian kecil populasi yang telah di kerucutkan karena sampel yang dipilih ini lebih mendominasi dan telah sesuai dengan kriteria yang ditentukan peneliti (Sugiyono, 2014: 81). Adapun

teknik sampel yang digunakan adalah *non-probability* dengan *sampling* bersifat *purposive* dan dibantu dengan menggunakan rumus slovin seperti berikut ini :

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

N adalah populasi, n adalah jumlah sampel dan e adalah persentase kesalahan yang dapat ditoleransi, di dalam penelitian digunakan sebesar 0,05. Maka berdasarkan data yang terkumpulkan dari perusahaan PT Niaga Utama Sarana Pangan sebanyak 227 pelanggan dan digunakan *margin of error* sebesar 5, maka jumlah sampel yang didapatkan yaitu :

$$n = 227 / 1 + 227 \cdot (5\%)^2$$

$n = 144,816$ dan peneliti membulatkannya menjadi 145 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam mengumpulkan data ini tergolong hal yang penting dalam memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan yang terjadi selama penelitian dan juga untuk menguji hasil hipotesis yang telah dikaji dan ditentukan oleh peneliti di bab sebelumnya. Adapun berbagai teknik yang dilakukan peneliti didalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.4.1 Jenis Data

Peneliti menetapkan data primer sebagai jenis data yang akan diambil untuk bab selanjutnya. Adapun pengertian dari data primer yaitu data yang bersifat

original yang diambil dari hasil para responden secara *live* yang berguna untuk memberikan jawaban dari permasalahan yang diambil oleh peneliti (Sunyoto, 2012: 28). Maka dari itu peneliti menentukan data primer dari kuesioner yang akan dibagikan kepada responden pelanggan toko yang membeli produk beras cap raja ultima 25kg di PT Niaga Utama Sarana Pangan.

3.4.2 Sumber Data

Bentuk sumber dari data penelitian yang digunakan yaitu kuesioner. Di dalam kuesioner ini terdapat beberapa macam pertanyaan sesuai dengan indikator yang telah peneliti tentukan diawal kemudian akan dibagi kepada responden yang lebih mendominasi atau representasi terhadap variabel yang diteliti dengan mengisi jawaban sesuai dengan pendapat pada responden dan bersifat angket tertutup yang berarti hanya untuk kepentingan karya tulis ilmiah bukan untuk kepentingan umum. Responden hanya cukup memberikan tanda \surd atau ceklis sesuai kolom pertanyaan yang dijawab. Kemudian peneliti akan mengukurnya dengan skala likert, yang terdiri dari 5 tahap bobot nilai yaitu angka 1 hingga 5, dan untuk lebih detailnya peneliti telah merangkumnya menjadi tabel skala likert dibawah ini:

Tabel 3.2 Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	N (Netral)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : (Sugiyono, 2017)

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis berbentuk statistik deskriptif ini lebih fokus kedalam gambaran umum secara deskripsi mengenai suatu hasil data yang dilihat dari berapa besar nilai mean yang dihasilkan oleh output, nilai minimal dan maksimal yang dihasilkan dari output serta berapa nilai standar deviasi error yang dihasilkan juga dari output program spss yang peneliti gunakan dan didalam statistik ini tidak terjadi perbandingan antar variabel ataupun tidak adanya kaitan dari variabel bebas terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018: 19).

Rumus yang digunakan untuk mengukur rentang skala adalah :

$$RS = \frac{N(m-1)}{M} \quad \text{Rumus 3.2 Pengukuran Skala}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif tiap jawaban

Untuk mencari rentang skala, terlebih dahulu ditentukan skor terendah dan skor tertingginya. Sampel yang digunakan berjumlah 145 responden dan banyaknya alternatif jawaban berjumlah 5. Berdasarkan rumus tentang skala tersebut, maka diperoleh rentang skala tiap kriteria, adalah :

$$RS = \frac{145(5-1)}{5}$$

$$RS = 116$$

Hasil perhitungan rentang skala yang diperoleh selanjutnya dikontribusikan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 3. 3 Rentang Skala

No.	Interval Skala	Kategori
1	145-261	STS
2	261,1-377	TS
3	377,1-493	N
4	493,1-609	S
5	609,1-725	SS

Sumber : Peneliti (2020)

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas ini sering digunakan oleh peneliti sebagai alat untuk mengukur keabsahan atau kevalidan dari hasil jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden. Kuesioner dapat dikatakan valid atau absah jika jawaban dari hasil kuesioner dapat merepresentasikan ungkapan yang benar dan dapat diukur (Suwarjeni, 2015: 193). Di dalam penelitian ini memiliki beberapa skor yang telah dicantumkan menjadi item pertanyaan dalam kuesioner. Maka cara untuk mengukur kevalidan ini harus dilakukan korelasi antara hasil bobot nilai yang didapatkan dengan total skor nilai dalam variabel yang diteliti. Uji ini harus dilakukan perbandingan antara nilai r hitung terhadap nilai r tabel yang peneliti gunakan yaitu sebesar 5% dan dengan rumus *degre of freedom* berupa jumlah sampel dikurangi 2. Selanjutnya jika hasil r hitung ternyata lebih besar dari r tabel maka indikator yang peneliti ambil dikatakan telah valid, begitu sebaliknya jika ternyata

r tabel yang lebih besar dari r hitung maka sudah dapat dipastikan indikator yang peneliti ini tidak valid. Berikut dibawah ini adalah tabel tingkat validitas :

Tabel 3.4 Tingkat Interval Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80-1,000	Sangat Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

Sumber : (Wibowo, 2012)

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini juga sering digunakan oleh peneliti sebagai alat tolok ukur mengenai hubungan antara hasil jawaban kuesioner terhadap variabel yang diteliti. Reliabel ini dapat dikaitkan dengan kata handal atau tidaknya pertanyaan yang dimasukkan kedalam kuesioner akan bersifat konstan dari masa ke masa. Adapun cara pengukuran reliabel yang dapat peneliti gunakan yaitu melalui *one shot* yang dibantu dengan program SPSS uji *cronbach alpha*. Dimana suatu variabel dapat dikatakan memenuhi syarat reliabel pada umumnya adalah jika nilai (α) output yang dihasilkan lebih besar dari 0,60, sedangkan jika lebih rendah ini akan mendominasi lebih rendah atau kurang baik (Suwarjeni, 2015: 194). Berikut ini disajikan tabel indeks nilai reliabilitas :

Tabel 3.5 Tingkat Interval Reliabilitas

No.	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0,20	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

Sumber : (Wibowo, 2012)

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji didalam asumsi klasik menjadi suatu kumpulan uji yang terpenting sebelum masuk kedalam uji hipotesis dan regresi linier berganda, karena jika di uji ini tidak memenuhi syarat maka nilai untuk uji berikutnya dapat bersifat bias atau kurang tepat dan tidak benar. Didalam penelitian ini, peneliti menggunakan 3 model uji asumsi klasik , sebagai berikut :

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji pertama dalam asumsi klasik adalah uji normalitas, yang fungsinya adalah sebagai tolok ukur untuk menguji apakah di dalam model regresi penelitian ini terdapat hubungan distribusi yang menyebar secara tidak normal atau kata lainnya memiliki data yang jarak interval sangat jauh antar satu sama lain atau bernilai ekstrem. Kemudian jika uji ini dilanggar maka akan berisiko hasil uji statistik berikutnya menjadi tidak atau kurang tepat untuk di representasikan. Didalam uji ini peneliti mengambil 3 model uji normalitas yaitu yang pertama berupa gambar *histogram* yang berartikan jika memenuhi syarat normal maka bentuk dari grafik dalam output ini harus berbentuk lonceng dibagian tengah grafik batang dan garis

tidak melewati dari grafik batang atau tepatnya semua grafik batang berada didalam garsi grafik, sedangkan yang kedua adalah gambar *normal probability P-Plot* yang berartikan jika data berdistribusi normal maka garis bulat-bulat dalam gambar harus melintang melewati garis diagonal dari sumbu x ke y secara bergantian dan tidak jauh dari garis diagonal, dan yang terakhir atau ketiga yaitu *one sample kolmogorv smirnov unstandardized residuals* yang dapat dikatakan berdata normal apabila nilai *asympt.sig* dari tabel uji ini lebih dari 0,05 karena tingkat signifikan dan *margin of error* yang digunakan peneliti yaitu 5%, namun sebaliknya jika nilai ini dibawah atau lebih kecil dari 0,05 maka sudah pasti dapat disimpulkan data tidak menyebar secara normal (Ghozali, 2018: 161-166).

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji kedua dalam asumsi klasik yang peneliti ambil yaitu uji multikolinearitas yang fungsinya adalah untuk mendeteksi atau menguji adanya hubungan korelasi dari variabel x atau independen di dalam regresi. Hasil uji ini dikatakan baik jika tidak terjadi gejala dengan patokan memperhatikan nilai VIF (*variance inflaton factors*) dan *tolerance* dari output yang dihasilkan dalam program SPSS, apabila nilai VIF lebih besar dari 10 maka sudah dapat dipastikan terjadi gejala dan *tolerance* lebih kecil dari 0,1, namun jika tidak terjadi maka nilai VIF harus dibawah atau lebih kecil dari 10 serta nilai *tolerance* harus lebih besar dari 0,1. Kemudian di dalam penelitian hanya menggunakan 2 variabel bebas, maka nilai VIF dan *tolerance* yang dihasilkan output nantinya akan bernilai sama antar satu variabel bebas (Ghozali, 2018: 107-108).

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Berikut ini adalah uji ketiga didalam asumsi klasik yaitu uji heteroskedastisitas yang berguna untuk menguji dan mengecek apakah di dalam model penelitian ini terjadi perbedaan *variance* dari nilai *residuals* data yang dihasilkan. Uji ini dikatakan baik jika tidak mengalami gejala , dengan cara deteksi yang dilakukan adalah melalui gambar uji *scatterplot* yang dihasilkan dari output SPSS 25 yang digunakan oleh peneliti melalui rumus memasukkan kata kunci *Zpred* ke dalam kolom dependen dan *keyword Sresid* ke dalam kolom independen. Jika titik-titik bulat yang dihasilkan menyebar secara jauh antar satu sama lain dari titik sumbu X dan Y dan tidak dekat dari angka nol maka dikatakan tidak terjadi gejala, begitu sebaliknya jika titik-titik bulat yang dihasilkan ternyata menyempit atau berupa gambar pola yang sangat teratur antar satu sama lain maka sudah dapat dipastikan dalam penelitian terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2018: 137-139).

3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini ,peneliti memakai analisis regresi linier secara berganda karena variabel yang diteliti > 2 variabel. Dimana peneliti menggunakan 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Berikut ini adalah persamaan untuk bentuk regresi yang akan diteliti yaitu :

$$Y' = a + b_1x_1 + b_2x_2... + b_nx_n$$

Rumus 3. 3 Regresi Berganda

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Angka konstanta

b = Angka koefisien regresi

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Promosi

x_n = Variabel bebas ke – n

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji t

Bagian pertama dari uji hipotesis ini adalah uji t, adapun fungsi dari uji ini adalah melihat hasil signifikansi dari ada tidaknya pengaruh dari variabel X secara personal atau individu terhadap variabel Y, dengan anggapan variabel X lainnya harus bersifat konstan atau tetap (Ghozali, 2018: 180).

Adapun tingkat keputusan pengambilan yang harus terpenuhi dalam uji ini adalah :

1. Jika tingkat hasil output signifikan dari variabel independen tertentu dalam SPSS memiliki nilai lebih besar dari 0,05 maka berkesimpulan hipotesis nol diterima sedangkan hipotesis alternatif ditolak.
2. Jika tingkat hasil output signifikan dari variabel bebas tertentu dalam SPSS mempunyai nilai lebih kecil dari 0,05 maka memiliki kesimpulan bahwa hipotesis nol ditolak sedangkan hipotesis alternatif diterima.

3.5.5.2 Uji F (Simultan)

Bagian kedua dalam uji hipotesis adalah uji simultan atau lebih dikenal pada umumnya sebagai uji anova (uji F), yang digunakan peneliti untuk merepresentasikan apakah secara keseluruhan semua variabel X dalam penelitian yang digunakan mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (Ghozali, 2018: 179).

Adapun tingkat keputusan pengambilan yang harus terpenuhi dalam uji ini adalah :

1. Jika didalam tabel anova output spss nilai dari keseluruhan variabel X memiliki nilai $>$ dari 0,05 maka ini berartikan hipotesis nol diterima namun hipotesis alternatif ditolak.
2. Jika didalam model tabel anova output spss untuk nilai keseluruhan variabel X mempunyai nilai $<$ 0,05 maka ini meyimpulkan bahwa hipotesis nol ditolak namun hipotesis alternatif diterima

3.5.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji bagian terakhir dari penelitian ini adalah uji koefisien determinasi atau lebih dikenal pada umumnya sebagai uji *r square*, yang tujuannya adalah bagi peneliti untuk mengetahui berapa persentase yang dapat dihasilkan dari variabel bebas yang peneliti gunakan . semakin banyak variabel X yang digunakan maka ini akan berdampak baik , karena nilai *r square* yang dihasilkan akan semakin tinggi. Adapun patokan *r square* yang digunakan dalam penelitian ini adalah R^2 bukan nilai *adjusted R²* , karena peneliti mengambil variabel X hanya sebanyak 2 tidak lebih dari 2 . Nilai koefisien determinasi ini dapat dilihat dari *output* SPSS yang dihasilkan berupa tabel *model summary* (Ghozali, 2018: 177).

3.6 Lokasi Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Tempat lokasi penelitian yang peneliti gunakan adalah keseluruhan dari sampel pelanggan toko yang membeli produk beras cap “Raja Ultima 25Kg” dengan jumlah responden sebanyak 145.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Peneliti telah merancang jadwal bimbingan skripsi dari bulan september 2019 hingga bulan februari 2020. Demi kemudahan dan kelancaran dari aktivitas bimbingan ini, maka peneliti akan menyusun jadwal tersebut kedalam bentuk gambar dibawah ini :

Tabel 3.6 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan					
		Sept 2019	Okt 2019	Nov 2019	Des 2019	Jan 2020	Feb 2020
1	Studi Kepustakaan	■					
2	Penentuan Topik						
3	Penentuan Judul		■				
4	Penentuan Objek			■			
5	Pengajuan Proposal				■		
6	Penelitian Lapangan					■	
7	Pengolahan Data						■
8	Pembuatan Laporan Penelitian						■
9	Pemeriksaan Laporan Penelitian						■
10	Pengumpulan Hasil Penelitian						■

Sumber : Peneliti (2020)