

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Menurut (Sinta, 2021) teknik kuantitatif adalah penelitian yang menguji hipotesis dengan menetapkan nilai numerik untuk menyelidiki variabel dan mengumpulkan data secara statistik. Melalui penelitian kuantitatif, data dari lapangan dapat direduksi menjadi bentuk numerik untuk diproses dengan metode statistik yang menjamin hasil yang diharapkan.

Deskriptif menurut (Sugiyono, 2019) penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap satu atau lebih variabel independen secara terpisah, tanpa mempertimbangkan bagaimana faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi satu sama lain. Analisis deskriptif dilakukan untuk menentukan aspek apa dari citra merek, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian PT. Anugrah Sejahtera Makmur.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif karena menjelaskan tentang gambaran keputusan pembelian pada PT. Anugrah Sejahtera Makmur. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mengumpulkan informasi tentang adanya gejala, yakni suatu bentuk gejala yang sedang terjadi pada saat penelitian dilakukan, tidak dimaksudkan untuk membuat kesimpulan umum atau generalisasi dan tidak memerlukan kontrol berlebih (Hikmawati, 2018).

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Anugrah Sejahtera Makmur yang terletak di Jl. Moh Toha Ruko Pondok Arum Blok A1 No. 7-8 Kota Tangerang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana citra merek, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian PT. Anugrah Sejahtera Makmur.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian ini adalah September 2022 sampai dengan Februari 2023, meliputi rentang waktu dari awal penelitian hingga penyelesaian penulisan skripsi. Bab 1 ditulis terlebih dahulu, lalu Bab 2, lalu Bab 3, lalu Bab 4, lalu Bab 5, dan terakhir skripsi dikumpulkan. Berikut periode penelitian selanjutnya:

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	September				Oktober				November				Desember				Januari			
	2022				2022				2022				2022				2022			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pembuatan Bab 1	■	■	■	■																
Pembuatan Bab 2			■	■	■	■														
Pembuatan Bab 3					■	■	■	■	■	■										
Penyebaran Kuesioner									■	■	■	■	■	■						
Pembuatan Bab 4													■	■	■	■	■	■		
Pembuatan Bab 5																	■	■	■	■
Pengumpulan Skripsi																			■	■

Sumber: Data Peneliti, 2022

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi adalah bidang yang digeneralisasi, terdiri dari item atau topik dengan atribut dan karakteristik tertentu yang dipilih untuk penelitian sebelum inferensi. Adanya populasi ini dimaksudkan untuk mengurangi validitas wilayah generalisasi dan membantu memperkirakan besarnya sampel yang diambil dari anggota populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk dari PT. Anugrah Sejahtera Makmur pada tahun 2022, populasinya menjadi 150 orang.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel mewakili populasi baik dari segi dimensi maupun susunannya. Peneliti memiliki pilihan untuk menggunakan sampel yang dikumpulkan dari populasi penelitian yang besar jika mereka tidak dapat memeriksa setiap anggota kelompok tersebut karena kurangnya sumber daya, uang, tenaga, atau waktu (Sugiyono, 2019).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 150 individu yang merupakan pelanggan PT. Anugrah Sejahtera Sejahtera. Sampel adalah sebagian dari populasi yang mewakili populasi dalam hal ukuran dan karakteristik lainnya. Dalam penelitian ini sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *Slovin* (Rauan & Tewal, 2019):

Rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 150 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{150}{1+150 (0,0025)}$$

$$n = \frac{150}{1+0,375}$$

$$n = \frac{150}{1,375} = 109,09$$

$$n = 110$$

Diketahui :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = 5%

maka diperoleh dari hasil perhitungan sebanyak 110 responden

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, ialah sampel yang diambil dengan metode yang membagikan peluang yang adil (Setyo, 2017). Rancangan sampel yang digunakan adalah *random sampling*, ialah karena pemilihan sampel mesti punya prospek dan peluang yang sama untuk terpilih, sehingga banyaknya peluang tidak boleh sama dengan 0 serta pengambilan sampel juga harus mempunyai keberlakuan menurut metode yang benar tentang penelitian untuk tujuan, jikalau populasi diambil secara salah tidak dapat dikatakan sebagai sampel dan sampel yang baik ialah yang menciptakan gambaran yang dapat diandalkan dari seluruh populasi (Trisliatanto, 2020).

3.5 Sumber Data

Penelitian ini didasarkan pada data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan baik secara langsung oleh penulis atau lebih tepatnya tanpa menggunakan pihak lain sebagai perantara (Indriantoro & Supomo, 2018). Untuk keperluan penelitian ini, data primer akan dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT. Anugrah Sejahtera Makmur yang telah membeli produk ini. Pelanggan ini kemudian akan mengisi kuesioner.

Data yang diterima penulis tidak didapatkan langsung dari tempat penyimpanan data perusahaan, melainkan melalui perantara atau dari pihak lain. Data ini merupakan data sekunder, dan substansi penelitian sekunder merupakan hasil operasi sebelumnya (Saptutyningasih & Setyaningrum, 2019). Data sekunder dikumpulkan dari PT. Anugrah Sejahtera Makmur mengakuisisi data perusahaan.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Kuesioner

Penelitian ini menggunakan kuesioner yaitu serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk mendapatkan jawaban dari orang-orang berskala (Trisliatanto, 2020). Kuesioner akan dibagikan kepada 110 responden yang pernah atau sedang membeli produk di PT. Anugrah Sejahtera Makmur.

Konsumen yang terpilih sebagai responden akan memberikan jawaban berdasarkan pengalaman berbelanja di PT. Anugrah Sejahtera Makmur,

kemudian akan dinilai dan diberi skor dari daftar pertanyaan yang berisi setuju atau tidak setuju dengan nilai diberikan oleh peneliti.

3.6.2 Observasi

Suatu kegiatan adalah sebuah penglihatan pada model kelompok dalam situasi tertentu, peneliti bisa mendapatkan fenomena hangat saat ini dan pengamatan tidak akan mengamati manusia tetapi hal yang sama berlaku untuk objek lainnya. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang akan diamati (Trisliatanto, 2020). Karena peneliti tidak terlibat atau bisa dibilang sebagai pengamat peneliti disebut sebagai observasi nonpartisipan.

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian diaman variabel tersebut dapat memiliki banyak angka, variabel dalam penelitian akan saling berhubung lainnya (Trisliatanto, 2020). Dalam penelitian yang dilakukan serta digunakan dua variabel yaitu:

3.7.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen memiliki ukuran nilai dan dapat mempengaruhi variabel lain serta variabel dependen (Trisliatanto, 2020). Variabel bebasnya adalah Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Promosi (X3).

3.7.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya tergantung pada nilai variabel lain, terutama variabel bebas (Trisliatanto, 2020). Dalam penelitian ini digunakan Keputusan Pembelian (Y) sebagai Variabel terikat.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Citra Merek (X1)	Citra Merek adalah suatu nilai atau keyakinan konsumen tentang suatu merek dagang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nama Baik 2. Pengenalan 3. Hubungan Emosional 4. Kesetiaan Merek (Larika & Ekowati, 2020) 	Skala Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas Pelayanan adalah suatu tingkat kemampuan untuk menyediakan segala sesuatu yang diharapkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan (Reliability). 2. Daya Tangap (Responsiveness). 3. Jaminan (Assurance). 4. Empati (Empathy). 5. Bukti Fisik (Including). (Yudhy, 2017) 	Skala Likert
Promosi (X3)	Promosi adalah suatu kegiatan yang merangsang konsumen untuk melakukan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi Promosi 2. Kualitas Promosi 3. Kuantitas Promosi 4. Waktu Promosi 5. Ketepatan atau Kesesuaian Sasaran Promosi (Manalu, 2019) 	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian adalah suatu keputusan akhir pada konsumen untuk membeli produk atau layanan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan Pada Sebuah Produk 2. Kebiasaan Dalam Membeli Produk 3. Memberikan Rekomendasi kepada Orang Lain 4. Melakukan Pembelian Ulang (Larika & Ekowati, 2020) 	Skala Likert

Sumber: Data Penelitian, 2022

3.8 Metode Analisis Data

Data yang dianalisis digunakan ketika peneliti mengumpulkan data dari jawaban responden dan ketika data dianalisis dengan mengelompokkan data, didasarkan pada variabel dan jenis responden. Tabulasi data didasarkan pada

tanggapan keseluruhan jawaban terhadap variabel responden, dihitung sehingga dapat dilakukan pengujian hipotesis (Sugiyono, 2017).

3.8.1 Uji Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah data dari penelitian dan berguna ketika menguji generalisasi temuan penelitian berdasarkan satu sampel, ketika analisis deskriptif itu sendiri digunakan untuk menguji hipotesis deskriptif apakah hipotesis penelitian dapat digunakan atau tidak, analisis memiliki hasil jika non hipotesis (H_0) diterima dapat dikatakan bahwa temuan tersebut digeneralisasikan (Nasution, 2017). Dari data yang dikumpulkan oleh penulis, pengaruh variabel independen dan dependen dapat diuji untuk analisis deskriptif dengan menggunakan rentang skala yaitu:

Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif

Rentang Skala	Kriteria
1,00 - 1,79	Sangat Rendah
1,80 - 2,59	Rendah
2,60 - 3,39	Sedang/Netral
3,40 - 4,19	Baik/Tinggi
4,20 - 5,00	Sangat Baik/Tinggi

Sumber: (SP Attang Soeseno, 2018)

3.8.2 Uji Kualitas Data

Dalam menganalisis hasil riset perihal utama yang mesti dilakukan ialah menguji mutu informasi antara lain:

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas diperlukan untuk menilai valid maupun tidaknya suatu kuesioner (June & Siagian, 2020). Kuesioner dianggap valid apabila statment

dalam kuesioner menyatakan apa yang diharapkan dalam kuesioner dan kondisi, berikut terpenuhi:

1. Jika r_{hitung} bernilai positif lalu $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya pernyataan tersebut bisa dianggap valid.
2. Jika r_{hitung} tidak bernilai positif lalu $r_{hitung} < r_{tabel}$ artinya pernyataan tersebut tidak bisa dianggap valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah data dalam kuesioner bisa dipercaya. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika tanggapan responden stabil dari waktu ke waktu (June & Siagian, 2020). Saat mengolah data dalam program SPSS, uji reliabilitas bisa dilakukan memakai *Cronbach's Alpha* dengan syarat sebagai berikut:

1. Apabila angka *Alpha* lebih besar dari 0,60 dapat dikatakan item statement itu dinyatakan bisa dipercaya.
2. Apabila angka *Alpha* di bawah 0,60 maka dapat dikatakan item dalam statement dinyatakan tidak bisa diandalkan

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data diperlukan untuk mengetahui ataupun tidaknya model regresi distribusi normal, apabila nilai statistik distribusi normal KS signifikan $> 0,5$ maka disebut berdistribusi normal. Metode yang digunakan untuk mencari normalitas data yakni dengan memanfaatkan *Kolmogorov Smirnov* dengan melihat *Probabilitas Plot* (Hafidh & Mahfudiyanto, 2021).

3.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah sesuatu kelompok mempunyai kategori yang sama di antara anggota kelompok tersebut. Jikalau variannya sama serta semestinya demikian, sehingga terjalin homoskedastisitas. Sementara itu, heteroskedastisitas terjadi apabila varian ataupun jenisnya berbeda (Wakhyuni & Andika, 2019).

3.8.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui terdapatnya multikolinearitas dengan memakai nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10.00 menampilkan korelasi antar variabel. Bila nilai *Tolerance* > 0,10, maka itu tidak akan terjadi multikolinearitas (Hafidh & Mahfudiyanto, 2021).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana nilai beberapa variabel akan bervariasi sebagai respons terhadap perubahan nilai variabel lain (Susanto, 2019). Disebut regresi linier berganda karna jumlah variabel bebasnya ialah dua ataupun lebih. Jika terdapat beberapa variabel analisis linier berganda dapat dilakukan. Pengujian ini digunakan guna mengenali kekuatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat ialah pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian PT. Anugrah Sejahtera Makmur. Rumus referensi model persamaan regresi yang digunakan:

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

Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sihombing & Hutasoit, 2021)

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

x1 = Citra Merek

x2 = Kualitas Pelayanan

x3 = Promosi

b1 b2 = Koefisien Regresi

e = Error

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi, sebagaimana dikemukakan oleh (Sihombing & Hutasoit, 2021) mencoba mengevaluasi seberapa besar kontribusi faktor independen terhadap variabel dependen, atau untuk memastikan bagaimana variabel independen secara bersama-sama mengubah penyajian pengaruh variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai nol atau satu. Koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan faktor-faktor berikut:

1. Jika nilai R^2 mendekati satu, berarti variabel bebas (X) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap besar variabel terikat (Y).
2. Jika nilai R^2 mendekati nol, maka variabel independen tidak memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel dependen.

Koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus berdasarkan (Sinta, 2021) seperti berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Rumus 3.3 Koefisien Determinasi

Sumber: (Sinta, 2021)

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R = Nilai Koefisien Korel

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial – Uji T

Uji t dengan tujuan dari pengujian ini adalah untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh yang substansial antara variabel-variabel yang dipertimbangkan. Ditentukan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel jika nilai t tabel adalah 1,96 atau jika nilai p lebih kecil dari 0,05. Temuan pengujian tersebut berasal dari hasil perhitungan Koefisien Jalur yang dilakukan pada Inner Model (Sanjaya, 2021).

3.9.2 Uji Simultan – Uji F

Tujuan dari uji F ini adalah untuk menentukan apakah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau tidak (Hafidh & Mahfudiyanto, 2021). Menurut (June & Siagian, 2020) cara membaca hasil uji F pada taraf signifikan α 0,05 pada F_{tabel} untuk derajat bebas pembilang ($df_1 = k - 1$) dan derajat bebas penyebut ($df_2 = n - k$), yaitu:

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel bebas tidak memiliki hubungan dengan variabel terikat.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas berhubungan dengan variabel terikat.
3. Nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.