

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2017:8), yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2. Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2017:29) penelitian deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap proyek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, melakukan analisis dan membuat kesimpulan umum.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilaksanakan di PT Sri Indah Mandiri Batam yang beralamat di Komplek Tanah Mas Blok M1-M4, Sei Panas, Kota Batam.

3.3.2. Periode Penelitian

Periode penelitian dilakukan dari Bulan Mei sampai bulan Desember Tahun 2023 selama delapan bulan untuk mengetahui kegiatan proses penelitian dengan periode tertentu. Jadwal penelitian ini dapat diamati dengan tabel di bawah ini;

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Tahun/ Pertemuan ke-/ Bulan													
	2022													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	Mei	Juni	Juli	Agus	Sept	Okt	Nop	Nop	Nop	Nop	Des	Des	Des	Des
Perancangan	■													
Studi Pustaka		■	■	■										
Menentukan Metode Penelitian				■	■	■								
Penyusunan Kuesioner						■	■							
Penyerahan kuesioner								■	■	■				
Analisis dan Hasil Kuesioner										■	■			
Kesimpulan												■	■	■

3.4. Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017;18), definisi operasional variable adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Definisi operasional variabel dijelaskan, sebagai berikut :

1. Reputasi merupakan persepsi yang terbentuk berdasarkan pengalaman, di mana hal tersebut membentuk suatu kepercayaan kepada pihak eksternal.

2. Kepercayaan merupakan sebuah harapan yang dipegang oleh sebuah individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seseorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan.
3. Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen
4. Keputusan pembelian adalah membeli barang atau jasa dari banyaknya pilihan yang ada, dimana konsumen sebelumnya sudah melakukan evaluasi-evaluasi terhadap barang atau jasa yang dibeli.

3.4.1. Variabel Bebas (independent variable)

Variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya variabel dependen (terikat) Sugiyono (2017;39). Dalam penelitian ini variabel independen yang diteliti adalah variabel pertama yaitu reputasi (X1), variabel kedua yaitu kepercayaan (X2), dan variabel ketiga yaitu kualitas produk (X3).

3.4.2. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Sugiyono (2017;39). Dalam penelitian ini variabel independen yang diteliti adalah keputusan pembelian (Y).

Tabel 3. 2 Definisi Variabel Operasional Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Reputasi (X1)	Reputasi merupakan persepsi yang terbentuk berdasarkan pengalaman, di mana hal tersebut membentuk suatu kepercayaan kepada pihak eksternal.	1) Kredibilitas 2) Terpercaya 3) Keterandalan 4) Tanggung jawab Sosial	Likert

Kepercayaan (X ₂)	Kepercayaan merupakan sebuah harapan yang dipegang oleh sebuah individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seseorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan.	1) Keandalan 2) Kejujuran 3) Kepedulian 4) Kredibilitas	Likert
Kualitas Produk (Y)	Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen	1) Performa. 2) Keistimewaan. 3) Keandalan. 4) Konformasi. 5) Daya tahan. 6) Kecepatan dan kemudahan. 7) Estetika. 8) Persepsi terhadap kualitas.	Likert
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah membeli barang atau jasa dari banyaknya pilihan yang ada, dimana konsumen sebelumnya sudah melakukan evaluasi-evaluasi terhadap barang atau jasa yang dibeli.	1) Pemilihan produk 2) Pemilihan merek 3) Pemilihan penyalur 4) Waktu pembelian. 5) Jumlah pembelian	Likert

Sumber : Analisa Penulis, Tahun 2022

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017;80) definisi populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan produk aluminium untuk kebutuhan bangunan. Jumlah populasi dalam penelitian 1.309, yaitu konsumen yang melakukan transaksi pada tahun 2022 di bulan Mei.

3.5.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017;81) definisi sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini menggunakan teknik sampling *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini, adalah

- 1) Konsumen adalah pelanggan tetap PT Sri indah Mandiri.
- 2) Konsumen telah menjadi pelanggan lebih dari 5 tahun.

Teknik menentukan jumlah sampel, dengan rumus Slovin

$$S = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Rumus 3. 1 Slovin

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir, e = 0,1

Dalam rumus Slovin menggunakan ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1.309 konsumen, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan rumus Slovin sebagai berikut:

$$S = \frac{1.309}{(1 + 1.309 (0,1)^2)}$$

$$S = \frac{1.309}{14.09}$$

$$S = 92,902$$

Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh sampel 92,902 (dibulatkan menjadi 93)

3.6. Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1. Sumber Data

Menurut Sugiyono (2017;137) terdapat dua jenis sumber data, sebagai berikut :

1. Sumber primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian. Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan data dari penyebaran kuesioner yang bersumber pada responden yang berjumlah 93 konsumen PT Sri Indah Mandiri.
2. Sumber sekunder adalah data yang diterbitkan oleh organisasi, perusahaan atau lembaga. Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah buku-buku,

literature, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

3.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner dengan *skala likert*. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian kuantitatif, data dalam penelitian ini harus diubah menjadi angka-angka. Untuk mengubah data-data tersebut menjadi angka, peneliti menggunakan skala Likert.

Tabel 3. 3 Skala Likert

Jawaban	Skor	Simbol
Sangat Tidak Sesuai	1	STS
Kurang Sesuai	2	KS
Cukup Sesuai	3	CS
Sesuai	4	S
Sangat Sesuai	5	SS

Sumber : Sugiyono (2017)

3.7. Metode Analisis Data

3.7.1. Analisis Deskriptif

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan statistic deskriptif. Analisis deskriptif digunakan menganalisis pertanyaan responden dalam penelitian ini. Teknik analisis statistik deskriptif, menurut Sugiyono (2017) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara

mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis pertanyaan tertutup.

Analisis statistik deskriptif menggunakan analisis rentang skala dengan menggunakan rumus (Sugiyono, 2017);

$$RS = \frac{(\text{nilai terbesar} - \text{nilai terkecil})}{\text{kelas interval}}$$

Rumus 3. 2 Rentang Skala

$$RS = \frac{(5 - 1)}{3}$$

$$RS = 1,33$$

Berikut ini merupakan tabel rentang skala;

Tabel 3. 4 Rentang Skala

Variabel	Rentang Skala		
	1.00 – 2.33	2.34 – 3.67	3.68 – 5.00
Reputasi	Rendah	Sedang	Tinggi
Kepercayaan	Rendah	Sedang	Tinggi
Kualitas Produk	Rendah	Sedang	Tinggi
Keputusan Pembelian	Rendah	Sedang	Tinggi

3.7.2. Uji Kualitas Data

Ada dua syarat penting yang berlaku pada uji kualitas data dalam sebuah kuesioner yaitu harus valid dan reliabel. Suatu kuesioner dikatakan valid (sah/akurat) jika butir pertanyaan pada suatu kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Sedangkan suatu butir pertanyaan dikatakan reliabel (konsisten)

jika jawaban seseorang terhadap butir pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika butir-butir pertanyaan tersebut sudah valid dan reliabel berarti butir-butir tersebut sudah dapat mengukur faktornya.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017;121) Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah yang dikemukakan oleh *pearson*, yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

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

Rumus 3. 3 Korelasi *Product Moment*

Keterangan :

r^{xy} = Koefisien korelasi (rhitung)

n = Banyaknya Sampel

x = Skor setiap item

y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan variabel Y

Menurut (Ghozali, 2016:51) uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 0.05, yaitu:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel} 0.05$ dan nilai positif, maka pertanyaan atau indikator pada kuesioner tersebut adalah valid.
 2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel} 0.05$ maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.
2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner penelitian yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas juga digunakan untuk menguji konsistensi data yang dimiliki dalam jangka waktu tertentu, yakni untuk mengetahui sejauh apa pengukuran yang digunakan dapat diandalkan atau dipercaya. (Ghozali, 2016:45). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Cornbach Alpha (a)* yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cornbach Alpha* $> 0,60$, sedangkan untuk memudahkan perhitungan dalam uji reliabilitas ini digunakan alat bantu computer dengan program SPSS. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$R_{ac} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Rumus 3. 4 Reliabilitas

Keterangan :

- r_{ac} = koefisien reliabilitas *alpha cronbach*
 k = banyak butir/item pertanyaan
 $\sum \sigma b^2$ = jumlah/total varians per butir/item pertanyaan
 Σ_t^2 = jumlah atau total varians

3.7.3. Uji Asumsi Klasik

3.7.3.1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng (bell shaped) dan uji menggunakan uji *One Sample Kolmogrov Smirnov*, dengan ketentuan;

- 1) Jika nilai sig lebih $> 0,05$, dapat diartikan berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai sig lebih $< 0,05$, dapat diartikan tidak berdistribusi normal

3.7.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2016) uji heteroskedastisitas digunakan guna menguji apakah terjadi ketidaksamaan dari satu peninjauan ke peninjauan lainnya. Apabila variabel tersebut hasilnya tetap dari peninjauan ke peninjauan lainnya disebut homokedastisitas, jika berbeda disebut heterokedastisitas, dengan ketentuan;

- 1) Jika nilai Sig $> 0,05$ artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.
Tidak terdapatnya heterokedastisitas merupakan determinasi regresi yang baik.
- 2) Jika nilai Sig $< 0,05$ artinya terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.
Tidak terdapatnya heterokedastisitas merupakan determinasi regresi yang baik.

3.7.3.3. Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinierietas untuk mengetahui ada atau tidaknya kolerasi yang diperoleh antar variabel independen (bebas). Guna mengetahui ada atau tidaknya kolerasi dapat diukur melalui *tolerance value & variance inflation faktor (VIF)* dengan ketentuan;

- a) Jika *tolerance value* $> 0,1$ atau *VIF* < 10 maka tidak adanya multikolinearitas yang merupakan suatu ketentuan regresi yang baik.
- b) Jika *tolerance value* $< 0,1$ atau *VIF* > 10 maka ada multikolinearitas yang merupakan suatu ketentuan regresi yang tidak baik.

3.7.4. Uji Pengaruh

3.7.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Analisis regresi linear berganda bertujuan guna mengetahui berapa besarnya pengaruh variabel independen (bebas) yang meliputi reputasi (X1), kepercayaan (X2), kualitas produk (X3) terhadap variabel dependen (terikat) yaitu keputusan pembelian (Y).

Regresi merupakan suatu metode dalam statistik yang dapat digunakan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan (hubungan kausal atau sebab akibat) dan ditampilkan dalam bentuk model sistematis atau persamaan. Pernyataan dari Sugiyono (2017) bahwa analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Pernyataan dari Sugiyono (2017) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1X_2X_3$$

Rumus 3. 5 Regresi Linier Berganda

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

a = Koefisien ikonstanta

b = Koefisien regresi

X1 = Reputasi

X2 = Kepercayaan

X3 = Kualitas Produk

3.7.4.2. Uji Hipotesis

3.7.4.2.1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. (t-test) hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05.

Kriteria yang digunakan :

(a) Diterima jika nilai \leq atau nilai sig $> \alpha$

(b) Ditolak jika nilai \geq atau nilai sig $< \alpha$

Bila terjadi penerimaan H_0 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila H_0 di tolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Rancangan pengujian hipotesis statistik ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independent yaitu reputasi (X1), kepercayaan (X2), kualitas produk (X3) dan keputusan pembelian (Y), dengan hipotesis dalam penelitian ini :

(a) $H_0: \beta = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan

(b) $H_a : \beta \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan

3.7.4.2.2. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat didalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh reputasi (X1), kepercayaan (X2), kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) secara simultan. F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% atau dengan *degree freedom* = k (n-k-1) dengan kriterian sebagai berikut : Ditolak jika $>$ atau nilai sig $< \alpha$ dan Diterima jika $<$ atau nilai sig $> \alpha$. Jika terjadi penerimaan, maka dapat diartikan tidak berpengaruh signifikan model regresi berganda yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan pula pengaruh dari variabel-variabel bebas bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Adapun yang menjadi hipotesis nol dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$: tidak berpengaruh signifikan

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan

3.7.4.2.3. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R)

Menurut Ghozali (2017) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi (R^2) berarti semakin tinggi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel dependen.