

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Desain penelitian adalah prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan dan analisis data secara keseluruhan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Global Cipta Servisindo

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian memiliki 3 sifat yaitu replikasi, pengembangan dan orisinil. Pada penelitian ini menggunakan sifat pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, namun terdapat periode, objek dan jumlah sampel.

3.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk melihat apakah citra merek yang dijual dan kualitas informasi yang ada sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, untuk dapat melihat apakah kualitas jasa yang diberikan dari PT. Global Cipta Servisindo juga memberikan kepuasan bagi pelanggan yang menggunakan jasanya.

3.4 Lokasi dan Periode Penelitian

3.4.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT. Global Cipta Servisindo Alamat :
Komplek Mega Cipta Sejati Factory 1, Balo Permai, Kec. Batam Kota,
Kepulauan Riau 29444

3.4.2 Periode Penelitian

Peneliti memulai penelitian dilaksanakan dari bulan September 2022 hingga Maret 2023. Peneliti membuat jadwal dalam melakukan kegiatan penelitian yang dimulai dari tahap pengajuan judul hingga pengumpulan skripsi.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No.	Keterangan	Bulan						
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
		2022	2022	2022	2022	2023	2023	2023
1	Pengajuan Judul	■						
2	Pengumpulan Data		■					
3	Penyebaran Kuesioner			■				
4	Pengolahan Data				■	■	■	
5	Penyerahan Skripsi							■

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut (Widyaputra & Djawoto, 2018), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek maupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan dipelajari serta kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini meliputi para pemilik, pengguna, ataupun yang pernah menggunakan produk dan jasa dari PT. Global Cipta Servisindo.

3.5.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakter yang sama sehingga dapat mewakili populasi. Dalam penelitian ini peneliti akan memberikan kuesioner kepadakonsumen yang melakukan pembelian pada PT. Global Cipta Servisindo. Penelitian ini mempunyai tiga variabel independen sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan sebanyak 100 sampel responden.

3.5.3 Teknik Sampling

Penelitian mengenai word of mouth, citra merek, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian produk AC pada PT. Global Cipta Servisindo ini dibuat dengan metode *non-probability sampling*. Menurut (Sihombing, 2017) *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

3.6 Sumber Data

Sumber data yang terdapat dalam pengkajian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari sumber aslinya, dalam penelitian ini sumber data primer didapatkan melalui hasil kuesioner yang diisi responden oleh konsumen PT. Global Cipta Servisindo. Sedangkan sumber data sekunder berasal dari data perusahaan dan bahan pustaka yang didapatkan dari segala sumber literatur, seperti buku dan jurnal penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan variabel pada pengkajian ini.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai pada pengkajian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah cara pengumpulan data untuk keperluan penelitian dengan membagikan sejumlah pertanyaan yang dibutuhkan peneliti secara tertulis kepada responden agar mendapat hasil dari pertanyaan tersebut. Peneliti memberikan kuesioner kepada responden yang sudah pernah membeli produk AC dan menggunakan jasa di PT. Global Cipta Servisindo.

3.8 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Table 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Word Of Mouth (X1)	komunikasi dari mulut ke mulut ini dibutuhkan demi mencapai kepentingan internal dan eksternal dalam perusahaan atau organisasi.	<p>1. keinginan konsumen untuk membicarakan hal positif mengenai kualitas pelayanan dan produk kepada orang lain.</p> <p>2. Merekomendasi produk dan jasa perusahaan kepada orang lain.</p> <p>3. Dorongan terhadap relasi untuk melakukan pembelian terhadap produk dan menggunakan jasa perusahaan.</p>	<i>Likert</i>

Citra Merek (X2)	Citra merek ialah serangkaian persepsi yang terdapat dalam pikiran konsumen terhadap suatu merek, biasanya terorganisasi menjadi sebuah makna.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek dikenal oleh masyarakat luas 2. Merek menambah citra diri penggunanya 3. Merek memiliki cirikhas 	<i>Likert</i>
Kualitas Informasi (X3)	Kualitas informasi ialah hal yang penting dimiliki oleh setiap perusahaan. Tanpa adanya informasi, maka saat menjalankan aktivitas dalam perusahaan akan menghambat kemajuan perusahaan tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akurat 2. Tepat waktu 3. Relevan 	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y1)	Keputusan pembelian adalah sikap konsumen tentang perlu atau tidaknya membeli suatu barang; merupakan salah satu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk dan 	<i>Likert</i>

	aspek perilaku pelanggan dalam memilih dan membeli produk dan jasa	menggunakan produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Pengevaluasian terhadap produk 5. Melakukan pembelian ulang	
--	--	--	--

Sumber : Peneliti, 2022

3.9 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses analisis yang digunakan oleh peneliti untuk menarik kesimpulan yang telah diuji dengan mengevaluasi data yang sebenarnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis kuantitatif untuk memproses data yang telah didapatkan dalam kuesioner.

3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang menggunakan informasi statistik untuk dapat melakukan analisis data yang sudah dikumpulkan. Peneliti menggunakan skala likert pada penyusunan kuesioner penelitian ini, agar dapat mengukur pendapat, sikap dan persepsi sekumpulan orang. Peneliti menggunakan lima pernyataan skala yang menerangkan persetujuan atau tidaknya pada pernyataan tersebut dengan bobot nilai sebagai berikut :

Table 3.3 Skala Likert

Bobot	Pernyataan Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

3.9.2 Uji Kualitas Data

Terdapat dua uji kualitas data, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas dengan penjelasan sebagai berikut :

3.9.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan data kuesioner yang peneliti masukan sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang ada pada kuesioner serta bisa dipahami dengan baik oleh responden. Apabila variabel korelasi tiap nilai pertanyaan dengan nilai total menyatakan hasil yang relevan ataupun minus dari $\alpha = 0.05$, maka kuesioner dianggap valid.

3.9.2.2 Uji Reabilitas

Fungsi dari pengujian ini yaitu untuk memastikan instrument pengumpulan data dari kuesioner dapat diandalkan serta dapat menjelaskan adanya kesamaan data pada waktu yang berbeda. Untuk menguji reliabilitas ini peneliti ,mepergunakan rumus *alpa cronbach*, dimana jika hasil *alpa cronbach* ini $> 0,6$ maka data penelitian mempunyai keandalan (reliabel) , jika $< 0,6$ maka data penelitiannya masih belum reliabel atau belum dapat diandalkan. Kesimpulannya, jika nilai *alpa cronbach* semakin tinggi maka data penelitian akan semakin reliabel atau bisandiandalkan.

3.9.3 Uji Asumsi Klasik

3.9.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam menilai sebaran terhadap data yang ada pada variabel atau kelompok berdistribusi normal ataupun tidak. Terdapat dua metode untuk mendapati apakah data berdistribusi normal yakni digunakannya diagram *p-p plot* dengan melihat data membentuk garis diagonal ataupun membentuk sebuah lonceng. Adapun *kolmogrov-Smirnov* dengan melihat grafik pada tabel, dan data normal jika nilai *asympt. Sig (2-tailed) > 0,5*.

3.9.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Febry, T., 2020) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi apakah ditemukannya antar variabel independen yang berhubungan. Pada persamaan regresi tidak diperbolehkan terdapat multikolinieritas yang artinya tidak diperbolehkan terdapat hubungan (kolerasi) yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel independen yang menyusun persamaan tersebut.

Apabila model persamaan memiliki tanda-tanda multikolinieritas, artinya sesama variabel independennya berkolerasi. Salah satu cara untuk mengetahui gejala multikolinieritas yaitu menggunakan alat VIF (*variance infaction factor*). Nilai toleransi dari VIF tidak $< 0,1$ (nol koma satu) dan VIF tidak > 10 (sepuluh), maka dapat dipastikan tidak terjadi multikolinieritas.

3.9.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas artinya terdapat variasi variabel pada model yang berbeda. Fenomena ini juga bisa dijelaskan bahwa didalam model terdapat ketidaksamaan antara variabel dan residual dalam nilai yang diamati dari model regresi. Untuk menguji heteroskedastisitas, peneliti menggunakan uji *park gleyser* yang mengambil dasar keputusan apabila tidak ada gejala heteroskedastisitas maka nilai sig > 0,05 dan jika ada gejala heteroskedastisitas maka nilai sig < 0,05.

3.9.3.4 Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. uji ini berguna untuk mengetahui bagaimana arah dan seberapa besar pengaruhnya bagi variabel independen terhadap variabel dependen.

3.9.4 Uji Hipotesis

3.9.4.1 Uji T

Uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$$T = r \frac{\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Sumber : (Anwar & Satrio, 2015)

Keterangan :

T: Nilai T

R: Koefisien korelasi

R^2 : Koefisien determinasi n: Total sampel

Nilai thitung ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf kesalahan

tertentu. Kaidah dalam uji ini adalah:

H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$.

H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$.