

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pada riset ini, jenis penelitian yang peneliti gunakan yaitu kuantitatif. Dimana penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai suatu hasil yang perhitungannya didapatkan dengan menggunakan proses statistika berada pada ukuran waktu terhadap data yang sudah terkumpulkan (Sugiyono, 2018). Pada metode ini, peneliti akan memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner dan melakukan olah data pada aplikasi SPSS.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Riset ini bersifat replikasi dan peningkatan dari riset yang dilaksanakan oleh peneliti terdahulu namun terdapat perbedaan periode waktu, objek dan jumlah sampel dalam menjalankan penelitian.

#### **3.3 Lokasi dan Periode Penelitian**

##### **3.3.1 Lokasi Perusahaan**

Pelaksanaan riset ini pada PT Sarang Mas Sejahtera yang terletak di Komplek Executive Center Blok IV No. 1 & 2, Jl. Laksamana Bintan, Sungai Panas, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444

### 3.3.2 Periode Penelitian

**Tabel 3. 1** Jadwal Penelitian

Tahapan Penelitian	Bulan																			
	Sep-22				Oct-22				Nov-22				Dec-22				Jan-23			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■	■																		
Studi Kepustakaan			■	■	■	■														
Metodologi Penelitian							■													
Penyebaran Kuesioner							■	■	■											
Pengolahan Data									■	■	■	■	■							
Penyelesaian Skripsi														■	■	■	■	■		

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi ialah daerah luas yang terdiri dari subjek ataupun objek yang mempunyai kuantitas ataupun ciri khas tertentu yang peneliti tentukan supaya ditinjau kembali dan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi dalam riset ini ialah konsumen tetap PT Sarang Mas Sejahtera.

**Tabel 3. 2** Daftar Konsumen PT Sarang Mas Sejahtera

No	Area Toko/Konsumen	Jumlah Toko/Konsumen
1	Batam Centre	35
2	Batu Aji	33
3	Batu Besar	7
4	Bengkong	23
5	Nagoya	12
6	Piayu	10
7	Punggur	6
8	Sei Panas	14
9	Tiban	20
Total		160

**Sumber :** PT Sarang Mas Sejahtera

### **3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel**

Teknik pengambilan sampel termasuk bagian dari populasi. Apabila total populasinya banyak dan risetnya tidak memungkinkan untuk meneliti jumlah semua populasi, dengan begitu peneliti dapat menentukan sampel dari jumlah populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Riset ini memiliki teknik penentuan sampel dengan menentukan semua anggota populasi sebanyak 160 toko.

### **3.4.3 Teknik *Sampling***

Riset tentang kualitas produk, kepercayaan dan promosi pada keputusan pembelian produk baterai Gforce pada PT Sarang Mas Sejahtera ini dibuat dengan metode *non-probability sampling* yang mana penggunaan teknik sampling jenuh. *Non probability sampling* yaitu teknik dalam mengambil sampel dan tidak memberikan kesempatan atau peluang yang serupa kepada setiap anggota populasinya yang kemudian dipilih dan dijadikan sebagai sampel (Sugiyono, 2018).

### **3.5 Sumber Data**

Sumber data riset di bagi menjadi dua, diantaranya (Hermawan, 2018):

#### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang ditemukan dengan langsung dari sumber orisinalnya. Sumber data primer pada riset ini ditemukan dengan hasil kuesioner yang telah responden isi pada pembeli PT Sarang Mas Sejahtera.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak ditemukan dengan langsung oleh peneliti sendiri, dan data tersebut didapatkan melalui berbagai media yang telah dipublikasikan oleh pihak lainnya.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Pada pengkajian ini penggunaan metode pengumpulan data kuesioner. Dimana kuesioner ialah cara mempertemukan data demi kepentingan riset dengan membagikan beberapa pernyataan yang peneliti perlukan dengan tertulis terhadap responden supaya hasil yang mendapatkan hasil dari pernyataan. Kuesioner yang peneliti berikan ke responden untuk diisi merupakan responden yang sudah pernah membeli dan menggunakan baterai G-force di PT Sarang Mas Sejahtera.

Alat pengumpulan kuesioner dalam riset ini menggunakan skala likert agar dapat mengukur sikap, pendapat serta persepsi sekumpulan orang. Dalam menjelaskan setuju atau tidak, peneliti menggunakan lima pernyataan skala dengan bobot nilai seperti dibawah ini :

**Tabel 3. 3** Skala Likert

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

### 3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penggunaan variabel pada riset ini terdapat variabel bebas diantaranya kualitas produk (X1), kepercayaan (X2), promosi (X3) dan variabel terikat yakni

keputusan pembelian (Y). Untuk penjelasan yang lebih jelas tentang operasional variabel dapat diperhatikan seperti tabel berikut :

**Tabel 3. 4** Operasional Variabel

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk ialah seluruh kegunaan produk yang bagian pemasaran tetapkan, serta pemeliharaan produksi dan hasil rekayasa, dengan begitu dapat memperoleh suatu barang yang mampu digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja (<i>Performance</i>)</li> <li>2. Daya tahan (<i>Durability</i>)</li> <li>3. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance to specification</i>)</li> <li>4. Fitur (<i>Features</i>)</li> <li>5. Reabilitas (<i>Reability</i>)</li> <li>6. Estetika (<i>Asthetics</i>)</li> <li>7. Kesan Kualitas (<i>Perceived quality</i>)</li> <li>8. Kemampuan Pelayanan (<i>Serviceability</i>)</li> </ol>	<i>Likert</i>
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan merupakan salah satu pihak yang percaya pada sikap dan maksud yang pihak lain berikan, dengan begitu keyakinan pembeli dapat diartikan sebagai perusahaan bisa dipercayai dan diandalkan dalam memenuhi kebutuhan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Integritas (<i>Integrity</i>)</li> <li>2. Kebaikan Hati (<i>Benevolence</i>)</li> <li>3. Kemampuan (<i>ability</i>)</li> </ol>	<i>Likert</i>
Promosi (X3)	Promosi ialah aktivitas penjualan yang berhubungan dengan perluasan informasi dengan tujuan membujuk pasar untuk membeli, menerima pada produk yang telah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi melalui media</li> <li>2. Jangkauan promosi</li> <li>3. Pemasaran yang dilakukan secara langsung</li> </ol>	<i>Likert</i>

	ditawarkan.		
Keputusan Pembelian (Y1)	Keputusan pembelian ialah suatu tindakan pembeli mengenai perlu atau tidaknya dalam pembelian suatu barang dan termasuk suatu aspek sikap konsumen pada saat membeli dan memiliki jasa ataupun produk.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan pada sebuah produk</li> <li>2. Kebiasaan dalam membeli produk dan menggunakan produk</li> <li>3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain</li> <li>4. Pengevaluasian terhadap produk</li> <li>5. Melakukan pembelian ulang</li> </ol>	<i>Likert</i>

### 3.8 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses yang peneliti gunakan pada saat menyimpulkan yang sudah dinilai dan diuji menggunakan data yang sebenarnya. Pada riset ini, peneliti menggunakan analisis kuantitatif untuk memproses data yang telah didapatkan dalam kuesioner.

#### 3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis jenis ini merupakan penggunaan analisis untuk menganalisis data menggunakan cara memberikan deskripsi pada data yang telah terkumpulkan tanpa memiliki tujuan dalam menghasilkan kesimpulan yang berlaku bagi umum (Sugiyono, 2018). Tujuan analisa deskriptif pada penelitian ini ialah memberikan informasi serta memberikan penjelasan variabel bebas yaitu kualitas produk, kepercayaan, promosi serta variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

### 3.8.2 Uji Kualitas Data

Terdapat dua uji kualitas data, diantaranya uji validitas dan uji reliabilitas dengan penjelasan seperti dibawah ini :

#### 3.8.2.1 Uji Validitas

Arti dari pengujian validitas yaitu pengukuran yang memperlihatkan tingkat kevalidan data (Hermawan, 2018). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan aplikasi SPSS dalam melaksanakan pengujian analisis statistik ini. Riset ini diuji dengan dengan cara memperhatikan angka pada koefisien kolerasi *Pearson Product Moment* agar dapat menentukan apakah parameter yang sah ataupun tidak.

#### Rumus 3. 1 Validitas (*Pearson Product Moment*)

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i) (\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2][n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Keterangan :

$r_{ix}$  = Koefisien korelasi

$n$  = Jumlah banyaknya subjek

$i$  = Skor item

$x$  = Skor total dari  $x$

Untuk memastikan kelayakan suatu item valid atau tidak, hal ini bisa dipastikan dengan kriteria dibawah ini :

1. Apabila  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, dengan begitu dinyatakan valid
2. Apabila  $r$  hitung  $\leq r$  tabel, dengan begitu dinyatakan tidak valid.

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian ini ialah pengujian yang bisa memperoleh data yang sama walaupun dalam waktu pengambilan data yang berbeda (Hermawan, 2018). Kuesioner mampu disebut tetap apabila hasil pada jawaban juga tetap. Pada metode ini, peneliti menggunakan skala uji skala likert.

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Maksud dari uji ini yaitu untuk mengumpulkan wujud data, data dan jenis data yang akan dilakukan seterusnya dari seluruh pengumpulan data awal yang sudah didapatkan. Untuk memperoleh ketepatan pengujian, maka pada studi ini mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Pengujian ini digunakan supaya memahami apakah pada semua model regresi variabel bebas, variabel terikat atau keduanya berdistribusi secara normal atau tidak (Utama, 2018). Terdapat dua metode untuk memperoleh apakah data berdistribusi normal yaitu dengan digunakan diagram *p-p plot* yang dilihat dari data membentuk sebuah garis diagonal atau berbentuk sebuah lonceng. Adapun pengujian dengan *kolmogrov-Smirnov* dengan memperhatikan grafik pada tabel dan data akan dikatakan normal apabila *asympt. Sig (2-tailed) > 0,05*.

#### 3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Maksud dari pengujian ini yaitu menguji model regresi apakah adanya keterkaitan antar variabel independen (Ghozali Imam, 2016). Pada persamaan regresi tidak boleh ditemukan adanya multikolinieritas yang mana tidak boleh ditemukan kolerasi yang sempurna ataupun hampir sempurna diantara variabel



independen yang persamaan itu saling tersusun. Apabila model persamaan mempunyai tanda dari multikolinieritas, berarti variabel independennya saling berhubungan. Adapun cara untuk mengetahui gejala multikolinieritas yakni dengan digunakan alat VIF (*variance infaction factor*). Yang mana nilai toleransi dari VIF tidak  $< 0,1$  dan VIF tidak  $> 10$ , maka riset dinyatakan tidak mengalami multikolinieritas.

### 3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Maksud dari uji ini yaitu menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antara satu observasi dengan observasi lainnya (Sugiyono, 2018). Untuk menguji heteroskedastisitas, peneliti menggunakan uji *park gleyser* yang mengambil dasar keputusan apabila tidak ada gejala heteroskedastisitas hingga nilai signifikan melebihi dari (0,05) dan apabila ada gejala heteroskedastisitas dengan begitu nilai signifikan dibawah dari (0,05).

### 3.8.4 Uji Pengaruh

Uji pengaruh ini menjelaskan bagaimanakah pengaruh kualitas produk (X1), kepercayaan (X2) serta promosi (X3) pada keputusan pembelian (Y), menggunakan berbagai jenis analisis diantaranya :

#### 3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Maksud dari analisis ini yaitu untuk memberikan perkiraan apakah variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat dan seberapa besar pengaruhnya terhadap ketiga variabel bebas pada variabel terikat pada riset ini (Ghozali Imam, 2016). Rumus untuk regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \dots + b_nX_n$$

### Rumus 3. 2 Uji Regresi Linear Berganda

Keterangan :

- Y : Variabel terikat (keputusan pembelian)  
 a : Nilai konstanta  
 b : Nilai koefisien regresi  
 X<sub>1</sub> : Variabel bebas pertama (kualitas produk)  
 X<sub>2</sub> : Variabel bebas kedua (kepercayaan)  
 X<sub>3</sub> : Variabel bebas ketiga (promosi)  
 X<sub>n</sub> : Variabel independen ke - n

#### 3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Analisis koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dipergunakan untuk memastikan seberapa besar bentuk model yang mampu memberikan penjelasan tentang kondisi sebenarnya. Angka pada koefisien mampu dinyatakan dalam bentuk persentase nilai keragaman Y dan sisanya akan disebut sebagai variabel lain yang tidak diteliti (Wibowo, A. E dan Djojo, 2012). Dibawah ini merupakan rumusnya:

$$R^2 = \frac{\sum(Y^* - Y)^2 / K}{\sum(Y - Y^*)^2 / K} = \frac{\text{Total kuadrat regresi}}{\text{Banyak jumlah kuadrat}}$$

**Rumus 3. 3 Uji Koefisien Determinasi**

### 3.9 Uji Hipotesis

Hipotesis memiliki pengertian yaitu sebagai suatu kejadian yang diduga sementara dan yang harus dilakukan pengujiannya. Dalam melakukan pengujian ini dapat dibagi menjadi dua yaitu (Wibowo, A. E dan Djojo, 2012) :

### 3.9.1 Uji T

Maksud dari pengujian ini yaitu untuk memahami apakah model regresi variabel bebas berpengaruh signifikan pada variabel terikat. Adapun rumus dari uji T yaitu :

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

**Rumus 3. 4 Uji T**

Keterangan :

T : Nilai T

R : Koefisien korelasi

$R^2$  : Koefisien determinasi

n : Total sampel

Nilai pada  $t_{hitung}$  yang nantinya dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  pada tingkat penyimpangan tertentu.

Persyaratan pada pengujian ini yaitu:

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , kemudian dikatakan variabel bebas dengan parsial tidak berpengaruh pada variabel terikat dan hasil hipotesis akan ditolak.
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , kemudian dikatakan variabel bebas secara parsial berpengaruh pada variabel terikat dan hasil hipotesis akan diterima.

### 3.9.2 Uji F

Maksud dari uji ini yakni untuk memperlihatkan apakah variabel bebas bersamaan berpengaruh pada variabel terikat (Wibowo, A. E dan Djojo, 2012). F hitung dihitung melalui rumus berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

**Rumus 3. 5 Uji F**

Keterangan :

F : Rasio

R<sup>2</sup> : Koefisien

n : Jumlah data atau kasus

k : Jumlah variabel bebas

Adapaun dasar dalam menentukan keputusan yaitu:

1. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , kemudian dikatakan variabel bebas dengan menyeluruh berpengaruh pada variabel terikat.
2. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , kemudian dikatakan variabel bebas dengan menyeluruh tidak berpengaruh pada variabel terikat.