

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penerapan dari metode penelitian kuantitatif dengan landasan positivisme, yang bertujuan menganalisa populasi dan sampel terkait. Sifat dari analisa data yaitu pengujian pada hipotesis yang telah dirumuskan (Aprilliyani 2020). Penelitian merujuk pada variabel Kelengkapan Produk (X1), Kualitas Produk (X2), Promosi (X3) dan Keputusan Pembelian (Y).

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Sifat dari penelitian berupa replikasi yang bersumber dari penelitian sebelumnya dengan kesamaan kesimpulan dari segi penerapan metode maupun kesamaan pada situasi dari penelitian (Darwin et al., 2021). Penelitian menyerupai penelitian terdahulu, namun dalam pemilihan objek, variabel serta waktunya adalah berbeda.

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

##### **3.3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan pada PT Tanindo Plastik Batam dengan lokasi di Komplek Ruko Botania Blok B7 No.9, Belian, Kota Batam, kepulauan Riau.

### 3.3.2 Periode penelitian

**Tabel 3.1** Jadwal Penelitian

<b>Kegiatan</b>	<b>Sept 2022</b>	<b>Okt 2022</b>	<b>Nov 2022</b>	<b>Des 2022</b>	<b>Jan 2023</b>
Penentuan judul penelitian					
Studi pustaka					
Penyusunan penelitian					
Penyebaran kuesioner					
Pengumpulan data kuesioner					
Pengolahan data					
Penyelesaian skripsi					

Sumber: Peneliti, 2022

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Menurut Sukmadinata (2011) yang dikutip oleh (Istoto and Subagja 2018), populasi merupakan sebagian besar dari lingkup suatu penelitian. Populasi dari penelitian ini mencakup pelanggan PT Tanindo Plastik Batam dengan jumlah 117 pelanggan.

#### 3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

(Istoto and Subagja 2018), sampel merupakan sejumlah karakteristik yang dapat mewakili populasi. Metode penerapan sampel dengan menggunakan jenis teknik sampel jenuh yang mana seluruh populasi yang termasuk dalam penelitian sejumlah 117 responden.

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

Penelitian dengan pengaplikasian dari teknik *sampling* jenuh dengan penggunaan pada seluruh populasi untuk dijadikan sebagai sampel (Istoto and Subagja 2018), sehingga jumlah sampel adalah keseluruhan dari jumlah pelanggan PT Tanindo Plastik Batam periode Januari-Juni 2022 yakni sebanyak 117 pelanggan.

### **3.5 Sumber Data**

Data penelitian dengan sumber dari data primer dan sekunder.

1. Data primer dengan sumber dari jawaban kuesioner yang telah diberikan kepada pelanggan yang pernah melakukan pembelian di PT Tanindo Plastik Batam.
2. Data sekunder bersumber dari data penjualan yang dimiliki oleh PT Tanindo Plastik Batam.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yaitu kuesioner dengan beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada responden untuk menjawab segala pertanyaan yang relevan dengan kebutuhan pengguna. Perangkat pendukung pengumpulan kuesioner adalah Skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan pengukuran pada persepsi sikap individu yang menunjukkan persetujuan mengenai suatu kondisi tertentu (Pranatawijaya et al. 2019).

**Tabel 3.2** Skala *Likert*

Nilai	Skala
1	Sangat Setuju (SS)
2	Setuju (S)
3	Netral (N)
4	Tidak Setuju (TS)
5	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber : (Pranatawijaya et al. 2019)

### 3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

#### 3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen adalah elemen yang menjadi pengaruh atau sebab adanya suatu perubahan yang memunculkan variabel dependen. Variabel independen sebagai pemberi pengaruh pada variabel dependen, pengaruh tersebut dapat positif ataupun negatif (Aminullah et al. 2018).

**Tabel 3.3** Operasional Variabel Independen

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kelengkapan Produk (X1)	Ragam variasi yang disediakan dari satu jenis produk dengan beberapa opsi pilihan yang ditawarkan guna memenuhi kecocokan permintaan dari konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelengkapan produk</li> <li>2. Variasi merek</li> <li>3. Variasi ukuran</li> <li>4. variasi kualitas</li> </ol>	<i>Likert</i>
Kualitas Produk (X2)	Pemenuhan kebutuhan konsumen melalui kelebihan atau suatu keistimewaan yang dimiliki oleh produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan</li> <li>2. Kinerja</li> <li>3. Presisi</li> <li>4. Kesan</li> </ol>	<i>Likert</i>

Promosi (X3)	Aktivitas komunikasi perusahaan dengan tujuan membujuk dan memberikan pengaruh pada keputusan pembelian dari konsumen dengan target peningkatan volume penjualan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iklan</li> <li>2. Penjualan pribadi</li> <li>3. Promosi penjualan</li> <li>4. Publisitas</li> </ol>	<i>Likert</i>
--------------	--	---	---------------

**Sumber:** (Widia et al. 2022) (Aprilliyana 2020) (Learns and Nainggolan 2021)

### 3.7.2 Variabel Dependen

Merupakan variabel dengan posisinya dipengaruhi dan sebagai akibat dari adanya variabel independen (Aminullah et al. 2018). Variabel menjadi titik fokus di dalam penelitian.

**Tabel 3.4** Operasional Variabel Dependen

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Tahapan yang dilalui oleh konsumen mulai dari awal perencanaan target pembelian hingga dilakukannya pembelian suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyesuaian kebutuhan</li> <li>2. Memiliki manfaat</li> <li>3. Kecermatan pembelian</li> <li>4. Pembelian berulang</li> </ol>	<i>Likert</i>

**Sumber:** (Learns and Nainggolan 2021)

### 3.8 Metode Analisis Data

Kumpulan data diproses secara statistik serta dengan metode analisis yang berbasis jenis kuantitatif. Pengolahan data dibantu dengan penggunaan sistem SPSS

25.

### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Adalah analisa dengan tujuan memvisualisasikan dan deskripsi terhadap kumpulan data tanpa penarikan kesimpulan umum (Talakua, Anas, and Aqil 2020). Analisa statistik deskriptif dapat ditentukan dengan analisis rentang skala dengan perhitungan rumus yaitu:

$$R_s = \frac{n(m-1)}{m}$$

**Rumus 3.1** Rentang Skala

Sumber: (Rasdi 2021)

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif dari jawaban item

$$\begin{aligned} \text{Rentang Skala} &= \frac{117(5-1)}{5} \\ &= 93.6 \end{aligned}$$

**Tabel 3.5** Rentang Skala

No	Pernyataan	Skor
1	117 - 210,6	Sangat Tidak Setuju
2	210,6 - 304,20	Tidak Setuju
3	304,2 - 397,80	Netral
4	397,8 - 491,40	Setuju
5	491,4 - 585	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2022

### **3.8.2 Uji Kualitas Data**

#### **3.8.2.1 Uji Validitas**

Dengan tujuan agar data yang telah terkumpul adalah andal, maka dari Kumpulan data yang bersumber dari kuesioner tersebut akan dilakukan validitasnya sehingga dari setiap poin hasil yang didapatkan dapat dipertanggungjawabkan. Hasil dari  $r$  hitung sebagai perbandingan dengan  $r$  tabelnya ( $df=n-2$ ) dan signifikansi 5%. Ketika  $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ , hasilnya adalah valid (Agustini 2021).

#### **3.8.2.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas menggambarkan besar sebuah tingkat kepercayaan dan keandalan terhadap informasi yang diperoleh dari instrumen dalam penelitian. Reliabilitas sebagai penunjuk konsistensi di dalam pengukuran yang dilakukan secara beberapa kali terhadap suatu subjek dengan kesamaan kondisi. Tingkat reliabilitas ditandai dengan dari *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ , dengan pernyataan sebagai reliabel (Sugiono 2020).

### **3.8.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.3.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas sebagai pengujian dari model regresi dan variabel residualnya apakah terdistribusi secara normal. Penelitian dengan menerapkan uji *Kolmogorov Smirnov* dari pengolahan sistem SPSS 25 (Pratama and Permatasari 2021). Hasil uji dapat dinilai dengan kriteria yaitu:

1. Nilai  $\text{sig} > 0,05$ , hasil berdistribusi normal.
2. Nilai  $\text{sig} < 0,05$ , hasil berdistribusi tidak normal.

### 3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas sebagai kondisi antar variabel independen dengan model regresi memiliki hubungan linear yang baik. Multikolinieritas di dalam suatu model regresi adalah ketika terdapat fungsi linear yang tinggi pada mayoritas variabel independennya. Pengukurannya dapat dinilai dengan peninjauan pada VIF-nya (*Variance Inflation Factor*), ketika  $VIF < 10$  dengan kesimpulan pernyataan tidak terjadi multikolinieritas (Mardiatmoko, 2020).

### 3.8.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas mempunyai tujuan uji terhadap kesamaan varian dalam residual pada model regresi. Landasan keputusan dalam uji dalam penelitian ini yaitu menggunakan grafik *Scatterplot* dengan nilai dari variabel dependennya (ZPRED) dan residual (SRESIS). Dasar dari penilain grafiknya yaitu titik-titik tampak menyebar dan tidak membentuk suatu pola tertentu (gelombang, gambar melebar kemudian menyempit) maka kesimpulan teridentifikasi tidak terjadi heterokedastisitas (Istoto and Subagja 2018). Uji ini juga dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser* dengan regresi terhadap nilai dari absolut residualnya. Jika nilai sig diperoleh  $> 0,05$  penelitian teridentifikasi tidak terjadi heterokedastisitas (Mardiatmoko, 2020).

### 3.8.4 Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda mencakup perolehan asosiasi serta jumlah pengaruh dari sejumlah variable yang digunakan dengan tujuan penentuan pada arah dan besar pengaruh variabel independen kepada variabel dependennya (Mardiatmoko, 2020).

$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$	<b>Rumus 3.2</b> Regresi Linear Berganda
--	--

Sumber: (Sugiyono, 2018)

Keterangan:

e = error

$\beta$  = nilai koefisien regresi

$\alpha$  = konstanta

Y = Keputusan pembelian

X1 = kelengkapan produk

X2 = kualitas produk

X3 = promosi

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

Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebagai pengukuran terhadap kemampuan model untuk mendeskripsikan variasi dari variabel dependennya. Semakin kecil nilai dari koefisien determinasinya menandakan minim keterbatasan milik kemampuan variabel independen dengan penjelasan variasi variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi berada pada kisaran nyaris mendekati 1, maka

variabel independennya memberi hampir keseluruhan informasi yang diperlukan dalam memberikan prediksi terhadap variabel dependennya (Ernawati 2019).

### **3.9 Uji Hipotesis**

#### **3.9.1 Uji T**

Uji T memiliki tujuan menganalisis pengaruh antar variabel yang secara parsial. Kriteria penilaiannya antara lain yaitu perbandingan jika taraf signifikansi  $< 0,05$  dengan pernyataan variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel dependennya, dan hal sebaliknya apabila taraf signifikansi  $> 0,05$  memiliki arti hipotesis dinyatakan tidak memiliki pengaruh signifikan (Ernawati 2019).

Selain dari penilaian berdasarkan perbandingan taraf signifikansi terhadap pengujian diterima atau ditolaknya hipotesis, pengujian juga dapat melalui penilaian terhadap  $t$  hitung dan  $t$  tabel yaitu:

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel} = H_0$  diterima.
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$  ditolak.

#### **3.9.2 Uji F**

Uji F memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen yang secara bersamaan terhadap variabel dependennya. Ketika taraf sig  $< 0,05$  maka  $H_0$  akan dinyatakan ditolak dan  $H_1$  yang memiliki arti variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial. Hal sebaliknya, apabila taraf signifikansi  $> 0,05$ ,  $H_0$  dinyatakan diterima dan  $H_1$  ditolak dengan pernyataan tidak memiliki pengaruh signifikan antar variabel independen ke variabel dependen secara parsial.

Perhitungan statistik dapat diketahui apabila nilai dari signifikansi hitung > taraf signifikansi, yaitu  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pengambilan keputusan dari uji F dapat antara lain:

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$  ditolak.
2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$  diterima.