

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, sumber pada penelitian ini adalah fakta dan benar terjadi. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuisioner dengan pertanyaan yang disiapkan untuk di jawab oleh responden. Data ini diambil dari kuesioner yang akan dibagikan kepada responden dan terkait dengan masalah penelitian.

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitiannya ini yakni replikasi, dilakukan dengan mengumpulkan data dari sampel dengan waktu dan tempat yang berbeda bersama penelitian asli yang telah direplikasi. Perbedaanya penelitian ini dengan sebelumnya ada di objek penelitiannya. Penelitian ini diteliti pada PT Damai Bangunan Sungai Lekop Batam.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Riset ini dilakukan dan ditunjukkan kepada pelanggan PT Damai Bangunan Sungai Lekop Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan tahun 2022, berkisar pada bulan Maret sampe dengan bulan Agustus dan data telah disesuaikan dengan periode penelitian saat ini. Tahap ini dipilih dengan pertimbangan untuk memberikan gambaran

mengenai pengaruh promosi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian.

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Nama Kegiatan	Pertemuan Minggu Ke													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Pengajuan Studi	■	■	■											
Pembuatan prosedur studi				■	■									
Penghimpunan materi dan bahan						■	■	■						
Penyebaran kusioner								■	■					
Perhitungan hasil										■	■			
Penyelesaian skripsi												■	■	■

Sumber: Penelitian 2022

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah daerag generalisasi yang tercakup objek/subjek yang mempunyai kualitas serta ciri tertentu yang ditentukan peneliti guna didalami serta kemudian ditarikkan konklusinya. Populasi di studi ini ialah 118 pelanggan tetap di PT Damai Bangunan Sungai Lekop Batam.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018: 149). Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti menggunakan sample yang diambil dari populasi itu. Karena populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan tetap pada perusahaan yang berjumlah 118, maka teknik penentuan sample yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sample yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sample. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sample bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

3.5 Sumber Data

Untuk memperoleh data dan informasi, terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer adalah data yang baru dan pertama kali dikumpulkan dan merupakan data asli yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung menggunakan kuisioner dan, Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh orang lain yang telah melewati proses statistik. Data sekunder yang digunakan yaitu data perusahaan, jurnal, skripsi, dan literatur-literatur lainnya.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik yaitu:

1. Studi kepustakaan

Kajian teoritis dan referensi lain yang terkait dengan permasalahan dan lingkup penelitian, nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2018: 452).

2. Kuisoner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018: 230). Kuisoner pada penelitian ini menggunakan instrumen skala likert. Skala likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial sudah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Duli Nikolaus, 2019: 77).

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (ST)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Peneliti (2022)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel merupakan sesuatu yang ditentukan oleh pencari berdasarkan penelitian terhadap properti pada suatu objek. Variabel independen yang dipergunakan yakni Promosi (X1), dan Kelengkapan Produk (X2). Variabel dependennya yakni Keputusan Pembelian (Y).

3.7.1 Variabel Independen

3.7.1.1 Promosi (X1)

Bilson Simamora (dalam Utami (2016:27)) Promosi suatu kegiatan dalam menjalankan strategi pemasaran untuk memberikan informasi untuk konsumen mengenai manfaat, ciri produk dan juga jasa yang disediakan (Fitriyah & Menuk, 2021).

Indikator-indikator dari promosi adalah sebagai berikut (Prilano et al., 2020):

1. Periklanan (*Advertising*)
2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)
3. Penjualan Perseorangan (*Personal Sellin*)
4. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)
5. Penjualan Langsung (*Direct Marketing*)

3.7.1.2 Kelengkapan Produk (X2)

Kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh konsumen yang

dihasilkan oleh suatu produsen. Konsumen di hadapkan oleh berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat konsumen beli (Oka & Putu, 2021).

Indikator kelengkapan produk yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (Nasution, 2019):

1. Keragaman produk yang dijual
2. Variasi produk yang dijual
3. Ketersediaan produk yang dijual
4. Macam merek yang tersedia

3.7.2 Variabel Dependen

3.7.2.1 Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumen pribadi (Agens, Maulana, & Andari, 2022).

Indikator keputusan pembelian meliputi (Dita & Ayu, 2019):

1. Budaya
2. Sosial
3. Pribadi
4. Psikologi
5. Bauran pemasaran

Tabel 3. 3 Tabel Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Promosi (X1)	Promosi suatu kegiatan dalam menjalankan strategi pemasaran untuk memberikan informasi untuk konsumen mengenai manfaat, ciri produk dan juga jasa yang disediakan (Prilano et al., 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Advertising (periklanan) 2. Sales promotion (promos penjualan) 3. Personal selling (penjualan perseorangan) 4. Public relations (hubungan masyarakat) 5. Direct marketing (penjualan langsung) 	Skala Likert
Kelengkapan Produk (X2)	Kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Konsumen di hadapkan oleh berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat konsumen beli (Nasution, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keragaman produk yang dijual 2. Variasi produk yang dijual 3. Ketersediaan produk yang dijual 4. Macam merek yang tersedia 	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Budaya 2. Sosial 3. Pribadi 4. Psikologi 	Skala Likert

	barang dan jasa untuk konsumen pribadi (Dita & Ayu, 2019).	5. Bauran pemasaran	
--	--	---------------------	--

Sumber: Peneliti (2022)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis yang dipergunakan menganalisis data lewat cara menggambarkan data yang sudah terhimpun sebagaimana adanya tiada bertujuan menciptakan konklusi general (Sugiyono, 2018: 238).

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Menurut Sugiyono (2017:267) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Solihin, 2020).

Rumus 3. 1 *Pearson Product moment*

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)\sum Y}{\sqrt{\{n.\sum X^2 - (\sum X)^2\}.\{n.\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber: (Batubara, Silalahi, Aderafika, Syahputri, & Liana, 2022)

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
- X = Skor butir
- Y = Skor butir total

n = Jumlah sampel (responden)

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Item instrumen yang valid di atas diperiksa reliabilitasnya untuk melihat apakah semua item pernyataan dan setiap variabel cukup menggambarkan variabel yang diteliti. Uji reliabilitas Cronbachs Alpha > 0,6 digunakan untuk menentukan apakah penelitian ini dapat dipercaya atau tidak (Batubara et al., 2022).

Rumus 3. 2 Alfa cronbach

$$a = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right\}$$

Sumber: (Solihin, 2020)

Keterangan:

a = Instrumen realibilitas

k = Jumlah pertanyaan

σ_1^2 = Variansi setiap pertanyaan

σ_x^2 = Variansi total tes

$\sum \sigma$ = Jumlah seluruh variansi setiap pertanyaan dan pernyataan

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji statistik yang di persyaratkan untuk penggunaan statistik inferensial/parametrik (Widodo, 2019: 77).

3.8.3.1 Uji Normalitas

Guna mengetahui nilai residu terdistribusikan normal ataupun tidaknya. Pengujian normalitas dilaksanakan di nilai residualnya, dimana untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti yang diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Widodo, 2019: 80).

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dengan menghitung koefisien korelasi ganda dan membandingkannya dengan koefisien korelasi antar variabel bebas. Selain itu, uji digunakan untuk mengetahui kesalahan standar estimasi model dalam penelitian. Apabila nilai VIF < 10 dan atau nilai Tolerance $> 0,1$ maka dapat disimpulkan tidak terdapat masalah multikolinearitas, begitupula sebaliknya (DEVI, 2019).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas maknanya varian variable di model tak sepadan. Satu diantara cara yang bisa dipergunakan meninjau terdapatnya kejadian heteroskedastisitas ialah lewat menjalankan pengujian Glejser. Pengujian itu mengusul guna meregresikan nilai absolut residual pada *independent variable*. Bila residual punya varian yang sama dinamai homoskedastisitas. Serta bila variannya tak sepadan dinamai heteroskedastisitas. Jika angka signifikan $> 0,05$ maka tak berlangsung kejadian heteroskedastisitas, begitu juga kebalikannya (DEVI, 2019).

3.8.3.4 Uji Regresi Linear Berganda

Menurut (Sujarweni, 2015:227) dalam (Agustini, 2021) variabel penjelas yang lebih dari satu lalu diolah selaku variabel yang memiliki korelasi.

Rumus 3. 3 Regresi linear berganda

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

x_1x_2 = Variabel independen

a = Konstanta

b_2 = Koefisien regresi

e = Variabel

3.9 Uji Hipotesis

Dugaan yang bersifat sementara yang masih memerlukan pembuktian (Widodo, 2019: 58). Dikarenakan jawaban yang diberikan didasarkan pada teori yang relevan, sebelum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, kemudian akan digunakan dalam pengujian hipotesis. Capaian analisis pada data yang dihimpun itu hendak menetapkan apa hipotesis yang sudah disusun hendak diterima ataupun ditolak.

3.9.1 Uji T

Pengujian T dipergunakan mampu mengetahui pada *independent variable* berdampak secara parsial (individu) pada *dependent variable*, bersama memperhatikan taraf signifikan yakni 0,05. Bila angka signifikan < 0,05 maka bisa dibuat konklusi yakni *independent variable* secara parsial berdampak signifikan pada *dependent variable*. Jika T hitung > T tabel, maka H0 ditolak serta H1 diterima, begitu juga kebalikannya (DEVI, 2019).

Rumus 3. 4 Uji T

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

Dimana:

t = angka t hitung hendak konsultasikan bersama t tabel

r = Korelasi parsial yang dijumpai

n = Total sampel

3.9.2 Uji F

Uji F digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka dapat dinyatakan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Apabila F hitung > F tabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima, begitupun sebaliknya (DEVI, 2019).

Rumus 3. 5 Uji F

$$F = \frac{r^2/k}{(1 - r^2)/(n - k - 1)}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya adalah Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti daya *independent variable* menjabarkan ragam *dependent variable* terbatas. Makin tinggi (R^2), makin penting sebuah variable sebab di studi ini mencakup sejumlah variable, maka dipergunakan koefisien determinasi guna mengukur besar sumbangan dari *independent variable* pada *dependent variable*. Makin besar koefisien determinasi terkoreksi ataupun model regresi, maka model didapat hendak makin baik (Hulima et al., 2021).