

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain atau rancangan penelitian merupakan cetak biru peneliti, dalam melakukan penelitian ilmiah salah satu hal yang penting adalah metode penelitian. Metode penelitian merupakan pedoman dalam melakukan proses penelitian diantaranya dalam menentukan instrumen pengambilan data. Dengan desain penelitian yang tepat diharapkan akan dapat membantu peneliti dalam menjalankan penelitian secara benar. Tanpa metode yang benar seorang peneliti tidak akan dapat melakukan penelitian dengan baik karena tidak memiliki pedoman penelitian yang jelas. Penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan. Menurut Sanusi (2011: 13) metode penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian. Sedangkan pengertian kuantitatif menurut Sugiyono (2012: 7) dapat diartikan sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme, metode ini telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis serta penelitian tersebut merupakan penelitian yang berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan membuat kuesioner kepada responden (pelanggan). Menurut Sanusi (2011: 105) metode survei merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk tertulis maupun secara lisan. Misalnya, dalam bentuk lisan maka namanya adalah wawancara, sedangkan yang diajukan secara tertulis disebut kuesioner.

3.2. Operasional Variabel

Definisi variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut yang kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2014: 38). Variabel penelitian yang diteliti adalah variabel independen, kualitas pelayanan (X1), potongan harga (X2) dan dependen, keputusan pembelian (Y).

3.2.1. Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain, Sanusi (2011: 50). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Kualitas Pelayanan (X1)

Penulis akan menggunakan komponen di bawah ini untuk pertanyaan/pernyataan dalam kuisisioner. Indikatornya adalah sebagai berikut.

1. *Tangibles*
2. *Reliability*

3. *Responsiveness*

4. *Assurance*

5. *Empathy*

Potongan Harga (X2)

Penulis akan menggunakan komponen di bawah ini untuk pertanyaan/pernyataan dalam kuisioner. Indikatornya adalah sebagai berikut.

1. Harga sesuai dengan manfaat
2. Persepsi harga dan manfaat
3. Harga barang terjangkau
4. Persaingan harga

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, Sanusi (2011: 50). Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Keputusan Pembelian (Y)

Penulis akan menggunakan komponen di bawah ini untuk pertanyaan/pernyataan dalam kuisioner. Indikatornya adalah sebagai berikut.

1. Kebutuhan yang dirasakan
2. Kegiatan sebelum membeli
3. Perilaku waktu memakai
4. Perilaku pasca pembelian

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X1)	kualitas layanan adalah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan. Kotler (2010: 83)	1. <i>Tangibles</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empathy</i> Prastika (2017: 39)	Likert
Potongan Harga (X2)	Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Tjiptono (2008: 166)	1. Harga sesuai dengan manfaat 2. Persepsi harga dan manfaat 3. Harga barang terjangkau 4. Persaingan harga Tjia & Kadafi (2017: 93).	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu tahapan proses keputusan pembelian dimana konsumen pada akhirnya membeli suatu produk atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan Kotler & Keller (2009: 226) .	1. Kebutuhan yang dirasakan 2. Kegiatan sebelum membeli 3. Perilaku waktu memakai 4. Perilaku pasca pembelian Pajus (2017: 233)	Likert

Sumber: Penelitian 2018

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah atau tempat generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2012: 80). Populasi pada penelitian ini adalah konsumen tetap PT WELLINDO BLAST MEDIA yang berjumlah 148 konsumen.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012: 81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi wilayah tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *probability sampling* dengan *simple sampling random*. *Simple sampling random* adalah dikatakan sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu maka dianggap sama Sugiyono (2012: 82) Berdasarkan teknik pengambilan sampel diatas dengan menggunakan teknik *Kresie & Morgan* dari jumlah populasi sebanyak 148 pelanggan maka yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 108 pelanggan.

Tabel 3.2Tabel Krejcie dan Morgan

Populasi (N)	Sampel (n)	Populasi (N)	Sampel (n)	Populasi (N)	Sampel (n)
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	1000000	384

Sumber : Kuswanto Dedy

3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis guna melengkapi yang dibutuhkan, maka penulis melakukan teknik pengumpulan data yang diperlukan sebagai berikut :

1. Penelitian Keperpustakaan (*Library Research*), yaitu penelitian untuk memperoleh data sekunder dengan cara mencari dan mempelajari serta menelaah buku-buku yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Studi ini dilakukan untuk memperoleh sebanyak mungkin data dan dasar teori yang dapat digunakan sebagai pedoman landasan berpikir dalam membahas masalah.
2. Penelitian Lapangan (*field Research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan penelitian langsung terhadap perusahaan yang menjadi objek penelitian dengan cara:
 - a. Observasi, merupakan penelitian secara langsung terhadap objek penelitian guna memperoleh data dan informasi yang diperlukan.
 - b. Dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan menganalisa data-data penting tentang perusahaan PT WELLINDO BLAST MEDIA.

3.4.2. Alat Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner berisikan sejumlah 13 item pernyataan tertulis, dimana responden diminta untuk memberikan tanggapan sesuai dengan persepsi mereka tentang item-item yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap keputusan pembelian pada PT WELLINDO BLAST MEDIA.

Untuk mengkuantitatifkan data yang diperoleh dari responden yang bersifat kualitatif, maka diperlukan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial yang spesifik. Dengan skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan item untuk menyusun item-item instrumen yang berbentuk pertanyaan atau pernyataan menurut Sugiyono (2012: 93).

Teknik yang digunakan, jawaban yang diperoleh dengan menggunakan instrumen penelitian diberi skor. Pemberian skor pada skala Likert bergradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif. Skor ini berdasarkan konstruk yang dinilai.

Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban diberi skor untuk menunjukkan interpretasi Sugiyono (2012: 93):

1. Setuju/selalu/sangat positif diberi skor 5
2. Setuju/sering/positif diberi skor 4
3. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3

4. Tidak setuju/hampir tidak pernah diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju diberi skor 1

3.5. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, data yang telah terkumpul dari responden dianalisis dengan metode analisis statistik deskriptif atau analisis statistik inferensial. Analisis deskriptif adalah menganalisa terhadap perkembangan data-data yang ada dan mencoba membandingkan dengan konsep dan prinsip-prinsip yang relevan dengan masalah penelitian. Analisis Inferensial atau statistik induktif untuk digunakan untuk menganalisis sampel dan hasilnya diterapkan untuk populasi menurut Sugiyono (2012: 148).

3.5.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif menurut Sugiyono (2012: 147) mendefinisikan statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Misalnya skala likert 1-5: Deskriptif Kuantitatif,

1. Sangat Setuju (5)
2. Setuju (4)
3. Cukup Setuju (3)
4. Tidak Setuju (2)
5. Sangat Tidak Setuju (1)

Jika jumlah sampel 100 maka untuk menghitung skor terendah adalah:

Skor terendah = bobot terendah x jumlah sampel

Skor terendah = $1 \times 100 = 100$

Jika jumlah sampel 100 maka untuk menghitung skor tertinggi adalah:

Skor tertinggi = bobot tertinggi x jumlah sampel

Skor tertinggi = $5 \times 100 = 500$

Untuk menentukan rentang skala dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut Umar (2011: 164) :

$$RS = \frac{N(M-1)}{M}$$

Rumus 3.1 Rentang Skala

Keterangan:

RS = Rentang skala

N = Jumlah sampel

M = Jumlah alternatif item jawaban

Berdasarkan rumus tersebut maka diperoleh jumlah rentang skala sebagai berikut :

$$RS = \frac{100 (5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{400}{5} = 8$$

Tabel 3.3 Rentang Skala

Berdasarkan tabel 3.3 diatas setiap satu rentang skala mewakili 3 variabel yaitu X_1 , X_2 dan Y.

No	Rentang Skala	Kriteria
1	100 – 180	Sangat tidak bermanfaat/ sangat tidak baik/ sangat tidak puas / sangat tidak setuju
2	181 – 261	Tidak bermanfaat/ tidak baik/ tidak puas/ tidak setuju
3	262 – 342	Cukup bermanfaat/ cukup baik/ cukup puas/ cukup Setuju
4	343 – 423	Bermanfaat/ Baik/ Puas/ setuju
5	424 – 504	Sangat bermanfaat/ sangat baik/ sangat puas/ sangat Setuju

3.5.2. Uji Kualitas Data

3.5.2.1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian Sugiyono (2012: 267).

Validitas itu menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang akan diukur. Jika peneliti menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data, maka kuesioner yang disusun oleh peneliti itu harus dapat mengukur apa

yang akan diukur, dan untuk memastikan itu sebelum instrumen penelitian tersebut digunakan perlu lebih dahulu diuji validitasnya Abdullah (2015: 258).

Menurut Sunyoto (2014: 114) uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum 2 - (\sum x)^2)(n\sum 2 - (\sum y)^2)}} \quad \text{Rumus 3.2 Rumus Uji Validitas Data}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

Menggunakan $\alpha = 0,05$ (5%) diketahui $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka status kuesioner adalah gugur.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Wibowo (2012: 52) reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Reliabilitas juga dapat berarti indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukuran dapat menunjukkan dapat dipercaya atau tidak. Ada beberapa metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas alat ukur misalnya; metode Anova Hoyt, Formula Flanagan, Formula Belah Dua Spearman- Brown, dan metode test ulang

Untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan metode Conbrach Alpha dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut:

$$r_n = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum ab^2}{ab^2} \right]$$

Rumus 3.3 Rumus Uji Reabilitas

Sumber: Wibowo (2012:52)

Dimana:

r_n = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

ab^2 = deviasi standar total

$\sum ab^2$ = jumlah deviasi standar butir

Instrumen dapat dikatakan andal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih sesuai dengan pendapat Wibowo (2012: 53) kriteria suatu data dikatakan reliabel apabila nilai alpha lebih besar 0,60 ($\alpha > 0,60$).

3.5.3. Asumsi Klasik

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji dengan statistik parametris, antara lain dengan menggunakan *t-test* untuk satu sampel, korelasi dan regresi, analisis varian dan *t-test* untuk dua sampel Sugiyono (2012: 271).

Menurut Wibowo (2012: 61) uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal baik secara multivariat maupun univariat, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan beberapa uji seperti uji histogram, uji normal P Plot, Uji Chi Square, Swekness dan Kurtosis atau uji Kolmogorov Smirnov, tidak ada metode paling baik atau paling tepat. Tips nya adalah bahwa pengujian dengan metode grafik sering menimbulkan persepsi di antara beberapa pengamat, sehingga penggunaan uji normalitas dengan pengujian uji statistik bebas dari keragu ragan, meskipun tidak ada jaminan bahwa pengujian dengan uji statistik lebih baik dari pada pengujian dengan metode grafik

3.5.3.2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas tidak boleh terjadi multikolinieritas, maksudnya tidak ada korelasi atau hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut. Jika pada model persamaan tersebut terjadi gejala multikolineritas itu berarti sesama variabel bebasnya terjadi korelasi. Dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan potongan harga. Jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas dan dapat digunakan dalam penelitian menurut Wibowo (2012: 87).

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah keragaman dari selisih nilai pengaduan sama untuk semua Y. jika terjadi heteroskedastisitas maka pengaduan secara berpasangan antara variabel tak bebas dengan variabel bebas menurut Sanusi (2011: 135). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji glejser. Uji heteroskedastisitas akan digunakan uji Park Gleyser dengan cara mengorelasikan nilai absolute residualnya dengan masing- masing variabel independen. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi > nilai alpha-nya (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas menurut Wibowo (2012: 93)

3.6. Uji Pengaruh

Dalam uji pengaruh akan dilakukan 2 uji yaitu regresi linear berganda dan uji koefisien berganda yang diuraikan sebagai berikut:

3.6.1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas menurut Sanusi (2011: 134), rumus persamaan umum regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus 3.4 Rumus Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Sumber: Sanusi (2011:135)

Keterangan:

Y = variabel Keputusan Pembelian

X_1 = variabel Kualitas Pelayanan

X_2 = variabel Potongan Harga

a = konstanta

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi

e = variabel pengganggu

3.6.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sanusi (2011: 136) koefisien determinasi sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R juga hampir serupa dengan r , tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linear sederhana).

Menurut Wibowo (2012: 135) analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau persentase keragaman Y (variabel terikat) yang diterangkan oleh X (variabel bebas).

Uji R^2 (koefisien determinasi) ini untuk melihat kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 mempunyai range

antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Tampilan di program SPSS ditunjukkan dengan melihat besarnya *Adjusted R2* pada tampilan *model summary*.

3.7. Uji Hipotesis

Uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikan koefisien regresi berganda secara parsial yang sekait dengan pernyataan hipotesis penelitian Sanusi (2011: 144).

3.7.1. Uji t (Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Rumusnya adalah:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3.5 Rumus Uji t (Parsial)}$$

Sumber: Priyatno (2011: 39)

Dimana :

t = Nilai t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan ttabel

r = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

Hipotesis variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

1. Jika nilai t hitung > t tabel atau nilai sig < 0,05 artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT. WELLINDO BLAST MEDIA.

2. Jika nilai t hitung $< t$ tabel atau nilai $\text{sig} > 0,05$ artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT. WELLINDO BLAST MEDIA.

Hipotesis variabel potongan harga terhadap keputusan pembelian.

1. Jika nilai t hitung $> t$ tabel atau nilai $\text{sig} < 0,05$ artinya potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT. WELLINDO BLAST MEDIA.
2. Jika nilai t hitung $< t$ tabel atau nilai $\text{sig} > 0,05$ artinya potongan harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT. WELLINDO BLAST MEDIA.

3.7.2. Uji F (Simultan)

Menurut Priyatno (2011: 53) Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis dalam pengujian ini, sebagai berikut:

H_0 = Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y

H_a = Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y

Kriteria penilaian Uji F adalah:

1. Jika F hitung $> F$ tabel, dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti semua variabel kualitas pelayanan dan potongan harga secara simultan merupakan penjelasan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti semua variabel kualitas pelayanan dan potongan harga secara simultan merupakan penjelasan signifikan terhadap keputusan pembelian.

F hitung dapat dihitung dengan rumus:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)} \quad \text{Rumus 3.6 Rumus Uji F (Simultan)}$$

Sumber: Priyatno (2011: 67)

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

3.8. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti mengadakan penelitian untuk memperoleh data – data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini yang dilaksanakan di PT WELLINDO BLAST MEDIA yang beralamat di Komplek Tanah mas Blok F No. 1-2, Jl. Laksamana Bintan No. 1, Sei panas-Batam, 29421 adapun penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

