

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan atau metodologi kuantitatif. Data kuantitatif adalah metode berdasarkan data tertentu yang mencakup angka yang diukur dengan menghitung statistik alat uji, mengenai masalah yang dipelajari dalam pencarian kesimpulan menurut (Sugiono, 2021). Jenis penelitian yang digunakan yaitu studi asosiasi digunakan untuk memahami efek atau hubungan antar variabel.

3.2. Sifat penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian reproduksi dimana penelitian ini hampir mirip dengan penelitian sebelumnya dilakukan, tetapi perubahan atau penambahan telah dibuat untuk itu variabel, indikator, objek dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian lebih awal.

3.3. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini bertempat di PT Billindo Utama Komplek Ruko Taman Carina Blok I No 4 sampai 5, Tg. Uncang Batam.

3.3.2. Jadwal Penelitian

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

NO	KEGIATAN	WAKTU PELAKSANAAN																							
		MARET				APRIL				MEI				JUNI				JULI				AGUS			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul			■	■																				
2	Pengajuan Proposal Skripsi					■	■	■	■	■	■	■													
3	Penyusunan Data Kuesioner												■	■											
4	Pengambilan Data														■	■									
5	Pengolahan Data Kuesioner																■	■	■						
6	Penyusunan Laporan Skripsi																		■	■					
7	Penyelesaian Skripsi																			■	■				
8	Penerbitan Jurnal																					■			
9	Penyerahan Skripsi																							■	

3.4. Operasional Variabel

Definisi operasional adalah unsur yang menjelaskan suatu variabel atau konsep agar dapat diukur, melalui pengamatan indikator (dimensi) variabel atau konsep.

3.4.1. Variabel Independen

Variabel bebas (*Independent Variabel*) yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebasnya adalah promosi, kepercayaan dan kemudahan. Promosi (X1) adalah sesuatu yang mempengaruhi perilaku pelanggan untuk membuat mereka menerima, membeli atau menggunakan produk yang diiklankan Menurut (Septiani, 2018). Pengukuran variabel promosi menggunakan indikator iklan dimedia, iklan diposter, dan adanya promosi penjualan. Kepercayaan (X2) menurut (Wardoyo & Andini,

2017), Kepercayaan adalah keyakinan terhadap kemampuan penjual untuk membuat pembeli percaya baik dalam menjamin keamanan setelah transaksi pembayaran maupun dalam meyakinkan pembeli untuk segera melakukan transaksi. Pengukuran variable kepercayaan menggunakan indikator integritas, kompetensi, dan konsistensi. Kemudahan (X3) kemudahan penggunaan juga didefinisikan sebagai sejauh mana orang percaya bahwa teknologi mudah digunakan. Berdasarkan definisi tersebut, disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan juga merupakan keyakinan dalam proses pengambilan keputusan (Amirudin M. Amin & Hendra, 2020). Pengukuran variable kepercayaan menggunakan indikator Mudah dipelajari, mudah untuk mengendalikan, dan jelas dan mudah dimengerti.

Mengacu pada masalah yang diteliti dan tujuan dari penelitian ini, maka data yang dikembangkan adalah informasi tentang faktor-faktor yang pengaruh, merupakan variabel bebas dalam penelitian ini adalah Promosi (X1), Kepercayaan (X2), dan Kemudahan (X3).

3.4.2. Variabel Dependen

Variabel terikat (*Dependent Variabel*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (independen). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y). keputusan pembelian menurut (Marlius, 2017) keputusan pembelian adalah ketika seseorang tertarik dengan sesuatu yang mereka inginkan atau menggunakan suatu produk, biasanya melibatkan lebih dari dua pihak dalam proses pembelian. Pengukuran variable keputusan pembelian menggunakan

indikator kestabilan produk, kebiasaan membeli produk biasa, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan konsep pembelian berulang.

Dengan mendetail dari variable definisi operasional bisa diketahui dalam tabel berikut:

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variable	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Promosi (X ₁)	Sesuatu yang mempengaruhi perilaku pelanggan untuk membuat mereka menerima, membeli atau menggunakan produk yang diiklankan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan di media. 2. Iklan di poster. 3. Adanya promosi penjualan. 	Likert
Kepercayaan (X ₂)	Keyakinan terhadap kemampuan penjual untuk membuat pembeli percaya baik dalam menjamin keamanan setelah transaksi pembayaran maupun dalam meyakinkan pembeli untuk segera melakukan transaksi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integritas 2. Kompetensi 3. Konsistensi 	Likert
Kemudahan (X ₃)	Kemudahan penggunaan juga didefinisikan sebagai sejauh mana orang percaya bahwa teknologi mudah digunakan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari. 2. Mudah untuk mengendalikan. 3. Jelas dan mudah dimengerti. 	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah ketika seseorang tertarik dengan sesuatu yang mereka inginkan atau menggunakan suatu produk, biasanya melibatkan lebih dari dua pihak dalam proses pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kestabilan produk. 2. Kebiasaan membeli produk biasa. 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. 4. Konsep pembelian berulang. 	Likert

Sumber: (Suryadi & Hutomo, 2018), (Kusumawati et al., 2020), (Sani Fauziyah Dinda, 2021), (Winda Larika & Sri Ekowati, 2020).

3.5. Populasi dan Sample

3.5.1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang meliputi subjek atau objek atau menjadi suatu jumlah dan karakteristik yang peneliti tentukan untuk dipahami dan ditarik kesimpulannya (Unaradjan, 2019a). Seluruh pelanggan yang belanja di PT. Billindo Utama dijadikan sebagai populasi dimana jumlah pelanggan tidak diketahui.

3.5.2. Sample

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih sebagai sumber informasi dan dapat mewakili seluruh populasi (Unaradjan, 2019a, 2019b). Sampel diambil dengan cara *random sampling* (non-probability sampling), yaitu mengambil sampel yang terjadi selama penelitian (Untari, 2018). Sebab tidak diketahuinya populasi, sampel diambil mempergunakan rumus:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Sumber: Sugiono, 2019

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%

p = Peluang benar 50%

q = Peluang salah 50%

e = Tingkat kesalahan

Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95%, dimana nilai z adalah 1,96 dan *margin of error* maksimal adalah 10%. Jumlah sampel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Berikut yang dihitung dengan rumus diatas, maka sample tersebut adalah 96,04 pelanggan. Tetapi karena adanya kondisi yang ditetapkan maka penelitian dibulatkan menjadi 100 responden.

3.6. Teknik Pengumpulan Data Serta Sumber Data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau langkah-langkah yang dapat peneliti gunakan untuk mengumpulkan data (Unaradjan, 2019). Alat yang digunakan adalah kuesioner *google form*.

3.6.1. Sumber Data

Menurut (Sayidah, 2018), sumber data dapat dibagi menjadi dua yaitu primer dan sekunder. Sumber data yang dipergunakan yakni meliputi:

1. Data primer, pertanyaan terkait variabel dimana didapatkan melalui kuesioner.
2. Data sekunder, didapatkan melalui buku, jurnal, data-data lain dari PT Billindo Utama.

3.6.2. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan pengumpulan data dari responden yang kita berikan serangkaian pertanyaan supaya ditanggapi. (Riyanto & Hatmawan, 2020).

3.7. Metode Analisis Data

3.7.1. Analisis Deskriptif

Yang digunakan untuk menganalisis data dapat dilakukan dengan cara menggambarkan data atau mendeskripsikan data yang terkumpul artinya untuk membuat kesimpulan bagi analisis deskriptif. Penelitian dapat dilakukan menggunakan metode statistik deskriptif dalam analisis pada populasi yang jelas dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS 25 (Sanusi, 2016).

3.7.2. Uji Kualitas Data

3.7.2.1. Uji Validitas Data

Menurut (Irmaya & Sirait, 2017), Uji yang dilakukan sebagai alat pengukur sejauh mana dapat untuk mengukur sesuatu yang ingin diukur. Berikut kriteria diterima atau tidak sebuah data yaitu, jika r hitung $>$ r tabel (sig 0,05) maka valid sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel (sig 0,05) maka tidak valid.

3.7.2.2. Uji Reabilitas Data

Menurut (Wibowo, 2017) reabilitas merupakan dimana dapat menunjukkan atau memberikan hasil yang konsisten dari suatu perangkat, jika ada beberapa pengukur yang melakukan subjek yang sama tetapi pada waktu

dan tempat yang berbeda, tidak dipengaruhi siapa pengukurnya, kondisi maupun situasi. Cara menilai uji reabilitas adalah apabila *alpha coefficient* > (lebih besar) dari taraf signifikansi 60% atau yang dijadikan 0,6 maka kuesioner tersebut handal. Apabila *alpha coefficient* < (lebih kecil) dari taraf signifikansi 60% atau yang dijadikan 0,6 maka kuesioner tersebut tidak handal.

3.7.3. Uji Asumsi Klasik

3.7.3.1. Uji Normalitas

Uji tersebut dapat diketahui apakah yang disignifikan hanya kebetulan atau dapat mencerminkan dari populasi sebenarnya. Untuk mengetahui normalitas data dapat dilihat dari histogram ataupun *p-plots*, jika garis diagonal diikuti datanya maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal dan juga sebaliknya jika garis diagonal tidak diikuti datanya maka data berdistribusi tidak normal. Atau bisa dilihat jika signifikansi > (lebih besar) dari 0.05 maka data berdistribusi normal dan juga sebaliknya jika (lebih kecil) maka data tersebut tidak normal (Sundayana, 2018).

3.7.3.2. Uji Multikolinearitas

Menurut (Widodo, 2017), uji tersebut adalah uji yang bertujuan apakah model regresi ada hubungan antara variable bebas. Dapat diketahui ada atau tidak terjadi multikolinearitas adalah jika nilai VIF < (lebih kecil) 10 dan nilai *tolerance* > (lebih besar) 0,10 maka terjadi multikolinearitas dan sebaliknya jika nilai VIF > (lebih besar) 10 dan nilai *tolerance* < (lebih kecil) 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas

3.7.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji tersebut adalah uji yang bertujuan apakah variasi absolut yang sama atau tidak dengan semua pengamatan, model regresi yang baik yaitu tidak adanya heteroskedastisitas yang terjadi. Dapat diketahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dari uji *park*, *glejser*, grafik *plot*, dan uji *white*. Atau dapat dilihat dari nilai signifikan masing-masing variabel $>$ (lebih besar) dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya heteroskedastitas (Widodo, 2017).

3.7.4. Uji Pengaruh

3.7.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk regresi linier berganda sederhana, yaitu regresi linier berganda, analisis regresi linier menambahkan dua atau lebih variabel independen sebelumnya. (Sanusi, 2016)

3.7.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 atau biasanya disebut R , juga sama dengan r , tetapi keduanya memiliki fungsi yang berbeda (kecuali untuk regresi linier sederhana). R^2 menjelaskan proporsi variasi variabel dependen yang dijelaskan bersama dengan variabel independent, menurut (Sanusi, 2016).

3.7.5. Uji Hipotesis

3.7.5.1. Uji T

Menurut (Sundayana, 2018) bahwa uji yang dirancang atau menuntukan rata-rata sample dari dua kelompok yang tidak terkait berbeda. Dapat diketahui bila *P Value* < (lebih kecil) dari 0,05 maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis awal (H_a) diterima, artinya secara parsial mempengaruhi variabel dependen, dan bila *P Value* > (lebih besar) dari 0,05 maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis awal (H_a) ditolak, artinya secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

3.7.5.2. Uji F

Menurut (Irmaya & Sirait, 2017) Uji F ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa variabel independen yang diteliti mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Berikut Dapat diketahui apabila:

1. $F_{\text{tabel}} >$ (lebih besar) dari F_{hitung} , maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis awal (H_a) ditolak dan apabila $F_{\text{tabel}} <$ (lebih kurang) dari F_{hitung} , maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis awal (H_a) diterima.
2. Apabila angka probabilitas signifikansi $>$ (lebih besar) dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis satu (H_1) ditolak.