

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif, menurut (Sugiyono, 2022:16) Metode kuantitatif disebut metode tradisional karena telah digunakan sejak lama dan telah menjadi tradisi dalam bidang penelitian. Teknik kuantitatif mengandalkan filosofi positivis untuk mengidentifikasi populasi atau kelompok, mengumpulkan informasi melalui alat penelitian, dan juga menganalisis data statistik/kuantitatif untuk memverifikasi asumsi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Penelitian kuantitatif berfokus pada pengukuran realitas sosial, menggunakan pertanyaan untuk menilai kualitas suatu peristiwa, sambil menyusun penelitian melalui angka-angka. Adapun variabel yang diteliti yaitu Kepercayaan (X1), Promosi (X2), Saluran Distribusi (X3) dan Keputusan Pembelian (Y). Proses pengumpulan informasi berlangsung dengan pembagian kuesioner menggunakan *Google Form*. Objek yang diteliti pada penelitian difokuskan pada PT Eljipi Global Servis, di antara pelanggan yang melakukan pembelian.

#### **3.2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini didasarkan pada penelitian-penelitian sebelumnya, yang hasilnya telah dipaparkan dan dianalisis pada bab sebelumnya. Namun penelitian

ini menunjukkan perbedaan, khususnya pada ruang lingkup penelitian dan jumlah sampel yang digunakan.

### 3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

#### 3.3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di PT Eljipi Global Servis yang berkedudukan di Komplek *Rexvin Village* Blok TH No.8 Batam *Centre*. Penelitian ini akan menguji pengaruh kepercayaan, promosi dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian PT Eljipi Global Servis.

#### 3.3.2. Periode Penelitian

Periode pengumpulan data akan dilakukan dari September 2024 hingga Januari 2025.

**Tabel 3.1** Periode Penelitian

| KEGIATAN PENELITIAN        | 2024 |     |     |     |      |     |     | 2025 |     |
|----------------------------|------|-----|-----|-----|------|-----|-----|------|-----|
|                            | MEI  | JUN | JUL | AGT | SEPT | OKT | NOV | DES  | JAN |
| Studi Pustaka              | ■    |     |     |     |      |     |     |      |     |
| Perumusan Masalah          |      | ■   |     |     |      |     |     |      |     |
| Pengajuan Proposal Skripsi |      |     | ■   |     |      |     |     |      |     |
| Perizinan Penelitian       |      |     |     | ■   |      |     |     |      |     |
| Pengumpulan Data           |      |     |     |     | ■    | ■   | ■   | ■    | ■   |
| Analisis Data              |      |     |     |     | ■    | ■   | ■   | ■    | ■   |
| Penyusunan Skripsi         |      |     |     |     | ■    | ■   | ■   | ■    | ■   |

**Sumber:** Penulis (2024)

### 3.4. Populasi dan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Populasi adalah kelompok yang menjadi dasar peneliti dalam melakukan penelitian dengan menggeneralisasikan objek atau subjek yang mempunyai karakteristik yang sama untuk ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022:126). Dalam penelitian ini, populasi sasarannya adalah seluruh pelanggan di Batam yang melakukan pembelian dari PT Eljipi Global Servis.

#### 3.4.2. Sampel

Dalam penelitian kuantitatif, sampel termasuk dalam jumlah dan atribut yang dimiliki populasi (Sugiyono, 2022:127). Sampel penelitian berjumlah 100 pelanggan yang pernah melakukan pembelian pada PT Eljipi Global Servis.

#### 3.4.3. Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merupakan bagian atau subset dari populasi ini. Ketika ukuran populasi terlalu besar untuk dicakup sepenuhnya oleh peneliti, karena keterbatasan waktu, tenaga atau anggaran, maka dipilihlah sampel (Inayah & Fakhrudin, 2023:299-300). Dalam penelitian ini, dipakai rumus *Lemeshow* untuk ukuran sampel karena sifat populasi tidak terhingga atau tidak diketahui. *Lemeshow* memiliki rumus berikut:

##### **Rumus 3.1** Rumus *Lemeshow*

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

**Sumber :** (Wahyuningtyas & Habib, 2024:6)

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Skor Z pada tingkat kepercayaan 95% = 1,96

P = Probabilitas estimasi maksimal 0,5

d = alpha (0,10) atau error sampling = 10%

Jumlah sampel melalui rumus diatas yang akan digunakan yaitu sebanyak:

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,5 (1 - 0,5)}{10\%^2}$$

$$n = \frac{1,9208(0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil yang perhitungan dengan rumus *Lemeshow* di atas yaitu 96,04 maka yang dibulatkan menjadi 100 responden. 100 responden ini akan mewakili konsumen yang melakukan pembelian pada PT Eljipi Global Servis.

#### **3.4.4. Teknik Sampling**

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling*, berdasarkan proses *purposive sampling*. Proses ini didasarkan pada berbagai pertimbangan dan memungkinkan setiap individu dapat dijadikan sampel sesuai dengan kriteria tertentu dan relevansinya sebagai sumber data (Sugiyono, 2022:133).

Dalam penelitian ini, kriteria yang digunakan untuk memilih partisipan adalah sebagai berikut:

1. Para responden merupakan pelanggan PT Eljipi Global Servis.
2. Para responden pernah membeli produk PT Eljipi Global Servis.

### **3.5. Sumber Data**

Untuk melaksanakan penelitian diperlukan metode dan teknik untuk mengumpulkan informasi yang dipergunakan kemudian. Pada penelitian ini akan digunakan dua sumber data, antara lain:

1. Sumber data primer

Penelitian ini mengumpulkan informasi melalui pembagian kuesioner kepada sampel peserta di PT Eljipi Global Servis.

2. Sumber data sekunder

Perolehan data sekunder dilakukan melalui beragam sumber, seperti buku dan pengkajian jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian saat ini.

### **3.6. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi. Kuesioner merupakan teknik yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan yang akan dijawab oleh partisipan secara tertulis (Sugiyono, 2022:199). Keseluruhan pembeli yang telah melakukan transaksi dengan PT Eljipi Global

Servis akan menerima kuesioner. Skala Likert digunakan dalam penelitian ini dengan pembobotan yang sesuai sebagai berikut.

**Tabel 3.2** 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)        |

**Sumber:** (Hafni Sahir, 2022:20)

### 3.7. Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.3** Operasional Variabel

| <b>Variabel</b>  | <b>Definisi</b>   | <b>Indikator</b>   | <b>Pengukuran</b>   |
|------------------|---|--|---------------------|
| Kepercayaan (X1) | Elemen kunci dalam hubungan bisnis yang menciptakan rasa aman dan mendukung loyalitas konsumen dengan memastikan integritas, kinerja, dan kepuasan dalam transaksi. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Benevolence (ketulusan).</li> <li>2. Ability (Kemampuan)</li> <li>3. Integrity (integritas)</li> <li>4. Willingness to depend</li> </ol> | <i>Skala Likert</i> |
| Promosi (X2)     | Cara berkomunikasi antara badan usaha atau penjual dan konsumen atau pembeli tentang penawaran produk agar konsumen yang belum mengenalnya dapat mengingatnya..     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan</li> <li>2. Promosi</li> <li>3. Humas</li> <li>4. Penjualan pribadi</li> <li>5. <i>Direct marketing.</i></li> </ol>           | <i>Skala Likert</i> |

|                         |  |  |                     |
|-------------------------|--|--|---------------------|
| Saluran Distribusi (X3) | jaringan pedagang yang beragam yang menjual barang dari produsen ke konsumen akhir dimana saluran distribusi memegang peranan penting dalam keberlangsungan hidup perusahaan.  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran lot</li> <li>2. Waktu tunggu dan waktu pengiriman</li> <li>3. Dukungan layanan</li> <li>4. Kenyamanan spesial Keragaman produk</li> </ol>                   | <i>Skala Likert</i> |
| Keputusan Pembelian (Y) | Suatu tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh seorang individu selama proses akuisisi. Ini memperhitungkan berbagai faktor seperti manfaat produk, kualitas dan biayanya. Untuk menghindari penyesalan setelah pembelian. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan masalah</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternatif</li> <li>4. Keputusan pembelian</li> <li>5. Perilaku pasca pembelian</li> </ol> | <i>Skala Likert</i> |

**Sumber:** Peneliti 2024

### 3.8. Metode Analisis Data

#### 3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif menggunakan statistik khusus untuk mengkaji data secara terstruktur dan metodis, dengan tujuan untuk menyajikan secara jelas dan mudah dipahami (Sugiyono, 2022:206). Analisis ini dalam penelitian ini mendeskripsikan variabel dependen (keputusan pembelian) serta variabel independen, yaitu kepercayaan, promosi dan saluran distribusi. Hal ini memberikan informasi penting untuk menjawab hipotesis yang dirumuskan sebagai bagian dari penelitian ini.

Rumus untuk menentukan rentang skala dirinci di bawah ini::

**Rumus 3.2** Rentang Skala

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

RS = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

Untuk menetapkan rentang skala, penting untuk mengidentifikasi nilai terendah dan tertinggi dari setiap skala. Sampel yang dibentuk berjumlah 100 responden, yang terdiri dari total lima alternatif pilihan respons.

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

$$RS = \frac{100(4)}{5}$$

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

$$RS = 80$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka skor rentang skala dapat dipresentasikan secara terinci sebagai berikut:

**Tabel 3.4** Rentang Skala

| No | Rentang Skala | Skor                |
|----|---------------|---------------------|
| 1  | 100–180       | Sangat Tidak Setuju |
| 2  | 180,1–260     | Tidak Setuju        |
| 3  | 260,1–340     | Netral              |
| 4  | 340,1–420     | Setuju              |
| 5  | 420,1–500     | Sangat Setuju       |

**Sumber:** Peneliti (2024)

### 3.8.2. Uji Kualitas Data

Dalam penelitian ini, digunakan perangkat lunak statistik SPSS versi 30 untuk menganalisis data.

#### 3.8.2.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan merupakan instrumen penelitian yang valid. Uji ini didasarkan pada metode korelasi *Pearson Product Moment*, yang hasilnya kemudian dibandingkan dengan nilai kritis pada tabel r (Hammam & K., 2021:4566).

#### Rumus 3.3 Rumus *Pearson Product Moment*

$$r_{\text{hitung}} = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

**Sumber :** (Hafni Sahir, 2022:32)

Keterangan :

$r_{\text{hitung}}$  : Koefisien korelasi

$\sum x$  : Jumlah skor item

$\sum y$  : Jumlah skor total

n : Jumlah responden

#### 3.8.2.2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memeriksa apakah alat penelitian yang digunakan dapat dipercaya atau tidak (Yulliyanie & Evyanto, 2022:509). Uji reliabilitas dilakukan terhadap perangkat yang memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yang menegaskan keandalan instrumen yang digunakan.

**Rumus 3.4** *Rumus Alpha Cronbach's*

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

**Sumber :** (Hafni Sahir, 2022:33)

Keterangan :

$r_{11}$  = nilai reliabilitas

$k$  = jumlah item

$\sum Si$  = jumlah varian skor tiap-tiap item

$St$  = varian total

**3.8.3. Uji Asumsi Klasik****3.8.3.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk memeriksa apakah data mengikuti distribusi normal. Uji ini didasarkan pada metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan ambang batas signifikansi yang ditetapkan sebesar 5% (0,05). Jika nilai yang diperoleh lebih besar dari 0,05, maka hal ini mengindikasikan bahwa distribusi data adalah normal. Sebaliknya, nilai yang kurang dari 0,05 menunjukkan distribusi yang tidak normal. (Ali Imron & Suwanto, 2022:338).

**3.8.3.2. Uji Multikolinearitas**

Dalam konteks model regresi linier berganda, uji multikolinieritas digunakan untuk menilai hubungan antara beberapa variabel independen. Korelasi yang kuat di antara variabel-variabel tersebut dapat mempengaruhi hubungannya dengan variabel dependen (Yulliyanie & Evyanto, 2022:509-510). Pengujian ini didasarkan pada analisis terhadap nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Tidak

terjadi multikolinieritas jika *tolerance* lebih besar dari 10% (0,10) atau jika VIF lebih kecil dari 10.

### 3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Evaluasi varians residual suatu observasi ke observasi lainnya dilakukan dengan uji heteroskedastisitas. Homoskedastisitas muncul ketika varians residu dari satu observasi ke observasi lainnya identik (Yulliyanie & Evyanto, 2022:510). Jika signifikansi antara variabel independen dengan residual lebih besar dari 0,05, maka hal ini mengindikasikan tidak adanya heteroskedastisitas.

### 3.8.4. Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian yang melibatkan beberapa variabel secara bersamaan digunakan analisis regresi linier berganda. Dengan kata lain analisis ini dalam waktu bersamaan akan menganalisis berbagai variabel X, seperti kepercayaan (X1) dan promosi (X2) hingga seterusnya (Yulliyanie & Evyanto, 2022:510). Dalam analisis regresi linier berganda digunakan rumus berikut:

#### Rumus 3.5 Rumus Regresi Linear Berganda

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

**Sumber :** (Yulliyanie & Evyanto, 2022:510)

Keterangan :

Y = Variabel terikat (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel bebas

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

### **3.8.4.2. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menilai kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen menjelaskan sebagian besar atau semua fluktuasi variabel dependen. Sebaliknya, nilai yang rendah mengindikasikan bahwa variabel-variabel independen gagal menjelaskan variasi variabel dependen. (Yuliyanie & Evyanto, 2022:510).

## **3.9. Uji Hipotesis**

### **3.9.1. Uji Parsial (Uji t)**

Uji t atau uji parsial, menganalisis signifikansi pengaruh individu dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen melalui pemeriksaan parsial terhadap koefisien regresi (Hafni Sahir, 2022:53-54). Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

$H_0$  :  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

$H_1$  :  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

### **3.9.2. Uji Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Pengujian ini didasarkan pada perbandingan antara nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai kritis  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 5%, dengan derajat kebebasan ( $df = (n -$

$k - 1$ )), dimana  $(n)$  mewakili jumlah responden dan  $(k)$  jumlah variabel independen (Hafni Sahir, 2022:53). Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

$H_0$  : Variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel

$H_a$  : Variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.