

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang fokus pada setiap variabel atau bagian dari objek penelitian, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah disusun berdasarkan teori yang ada. Desain penelitian yang digunakan adalah metode desain kausalitas yang bertujuan untuk mengetahui kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antara variabel (Andari, 2021:57).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah replikasi, yaitu meniru variabel, indikator, objek penelitian, atau alat analisis yang sama dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini mengadopsi variabel yang sudah pernah diteliti, dengan perbedaan pada waktu dan objek penelitian.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lina Laundry Batam, salah satu bisnis yang bergerak di bidang jasa laundry yang ada di Kota Batam. Lina Laundry ini berlokasi di Mediterania Blok GG No. 12A Balo Permai, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 5 bulan, dimulai dari September 2024 hingga Januari 2025. Periode kegiatan penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

KEGIATAN PENELITIAN	BULAN				
	September 2024	Oktober 2024	November 2024	Desember 2024	Januari 2025
Menetapkan judul penelitian					
Melakukan penyusunan penelitian					
Menyusun kuesioner					
Mendistribusikan kuesioner					
Mengumpulkan kuesioner yang telah diisi					
Melakukan analisis data atau olah data					
Menyusun dan menyelesaikan laporan hasil analisis penelitian					

Sumber: Penulis (2024)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Nazir dalam Sinambela dan Sinambela (2021:158) populasi adalah sekumpulan individu yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa laundry di Lina Laundry.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih dan memiliki karakteristik yang mewakili seluruh populasi. Teknik sampling adalah metode untuk memilih sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian

ini, penulis menggunakan teknik Non probability Sampling dengan pendekatan purposive sampling. Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Sementara itu, purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria khusus yang telah ditentukan oleh peneliti. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Lina Laundry Batam (Augustin & Hidayat, 2024:151).

3.4.3 Teknik *Sampling*

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya karena banyaknya konsumen Lina Laundry, maka dari itu peneliti menggunakan rumus lemeshow yang tidak diketahui jumlah populasinya agar dapat menentukan besar sampelnya (Augustin & Hidayat, 2024:151).

$$n = \frac{Z\alpha^2 \cdot P \cdot Q}{L^2}$$

Rumus 3. 1 Rumus Lemeshow

Sumber: (Pane *et al.*, 2021)

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z α = Nilai standar dari distribusi (1.96)

P = Estimasi proporsi populasi (0.5)

Q = Interval dan penyimpangan (0.5)

L = Tingkat ketelitian (10%)

Berdasarkan rumus, maka dapat diketahui nilai $n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$

Dari perhitungan data diatas, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 orang responden.

3.5 Sumber Data

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui pengisian kuesioner, dimana sumber data ini memberikan informasi secara langsung kepada peneliti. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh peneliti melalui pengisian kuesioner yang disebar kepada konsumen Lina laundry.
2. Data sekunder, data yang diperoleh dari sumber tidak langsung. Data sekunder yang didapatkan oleh peneliti mencakup data data penjualan dari pemilik lina laundry dari tahun 2020 – 2023.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode survei, menggunakan instrumen berupa kuesioner yang akan dibagikan langsung ke konsumen Lina Laundry, data selanjutnya dipindahkan ke Microsoft Excel untuk kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 23 (*Statistical Package for Social Science*). Skala kuesioner menggunakan skala Likert, yang terdiri dari lima skor seperti yang tertera pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 2 Pembobotan dan pemberian kode

KETERANGAN	SKOR
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (SS)	1

Sumber: Widagdo, *et al* (2020:65)

3.7 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini mencakup tiga variabel independen, yaitu promosi, lokasi, dan fasilitas, serta satu variabel dependen, yaitu keputusan pembelian. Penjelasan lebih rinci mengenai variabel-variabel tersebut disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 3 Defenisi Operasional
Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Promosi (X1)	Promosi adalah strategi penting untuk meningkatkan penjualan dan mengenalkan produk kepada konsumen. Meskipun kualitas produk penting, tanpa promosi, konsumen tidak akan tertarik atau yakin untuk membeli (Sjukun <i>et al.</i> , 2022:224)	1. Pesan promosi 2. Media promosi 3. Waktu promosi 4. Frekuensi promosi 5. Pilihan promosi	<i>Likert</i>
Lokasi (X2)	Lokasi mencakup pemilihan tempat di mana barang atau jasa dijual, agar mudah dijangkau konsumen. Lokasi yang strategis memudahkan konsumen memenuhi kebutuhan mereka, meningkatkan kemungkinan untuk berkunjung dan bertransaksi (Nurlia, 2021:2)	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir 5. Ekspansi	<i>Likert</i>
Fasilitas (X3)	Fasilitas merupakan segala peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Sudarsana <i>et al.</i> , 2024:198).	1. Pertimbangan/perencanaan 2. Perencanaan ruangan. 3. Perlengkapan dan perabotan. 4. Unsur pendukung lainnya	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Kotler dan Armstrong dalam Lestari <i>et al.</i> , (2024) menyebutkan keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, yang mempelajari bagaimana individu atau kelompok menentukan, membeli, dan mengonsumsi produk untuk memenuhi kebutuhan mereka	1. Pengenalan Masalah/Kebutuhan dan Keinginan 2. Pencarian Berbagai Informasi 3. Evaluasi Berbagai Alternatif Merek Produk 4. Pilihan Atas Merek Produk Untuk Dibeli 5. Evaluasi Pasca Pembelian	<i>Likert</i>

3.8 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan melalui kuesioner akan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 23, dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

3.8.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang diterapkan adalah statistik deskriptif. Menurut Sugiyono dalam (Pane *et al.*, 2021) menjelaskan bahwa statistik deskriptif berfungsi untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang diperoleh tanpa bertujuan untuk membuat kesimpulan yang bersifat umum. Berikut adalah rumus untuk mengukur rentang skala:

Rumus 3. 2 Rentang Skala

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

Keterangan:

n = Sampel

m = Total alternatif jawaban

RS = Rentang Skala

Dengan jumlah sampel 100 responden, maka rentang skala yang diperoleh untuk setiap kriteria adalah:

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

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

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

$$RS = 80$$

Skor terendah = bobot terendah x jumlah sampel = $1 \times 100 = 100$

Skor tertinggi = bobot tertinggi x jumlah sampel = $5 \times 100 = 500$

Tabel 3. 4 Rentang Skala Penulisan

No.	Rentang Skala	Kriteria
1	100 - 180	Sangat tidak setuju
2	180,1 - 260,1	Tidak setuju
3	260,2 - 340,2	Netral
4	340,3 - 420,3	Setuju
5	420,4 - 500	Sangat setuju

Sumber: Penulis (2025)

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Secara umum, validitas merujuk pada ketepatan pengukuran. Alat ukur yang valid tidak hanya menghasilkan data yang tepat, tetapi juga memberikan gambaran yang akurat mengenai data tersebut. Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu item mencerminkan apa yang ingin diukur. Uji validitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran kuesioner sah dan sesuai dengan tujuannya. Sebuah instrumen pengukur dikatakan valid jika menghasilkan hasil yang sesuai dengan tujuan pengukuran, sementara instrumen dengan validitas rendah menghasilkan data yang tidak relevan. Untuk menentukan apakah suatu item kuesioner layak digunakan, dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5%). Suatu item dianggap valid jika korelasinya signifikan terhadap skor total item. Pengujian signifikansi menggunakan nilai r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, item valid; jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, item tidak valid (Robin & Pramudana, 2021:22).

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji realibilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut memberikan hasil yang konsisten jika pengukuran dilakukan berulang kali, dalam penelitian ini untuk mengukur reliabilitas menggunakan skala Cronbach Alpha, penelitian ini dikatakan reliable apabil memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,7 penelitian ini (Sari *et al.*, 2024:1138).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi mengikuti distribusi normal atau tidak. Sebuah model regresi dikatakan baik jika residualnya terdistribusi normal. Beberapa cara untuk menguji normalitas adalah dengan memeriksa pola penyebaran data pada sumber diagonal grafik Normal Probability Plot of Regression atau melalui uji One Sample Kolmogorov Smirnov. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,1, maka data dianggap terdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi kurang dari 0,1, berarti data tidak terdistribusi normal (Robin & Pramudana, 2021:23).

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel bebas dalam model regresi. Salah satu metode yang umum digunakan untuk menguji multikolinieritas adalah dengan memeriksa nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dalam model regresi. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1, maka model regresi dianggap bebas dari multikolinearitas dan dinyatakan baik (Robin & Pramudana, 2021:24).

3.8.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan kondisi dimana terdapat ketidaksamaan varian residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Model regresi yang baik jika tidak mengalami heteroskedastisitas. Beberapa metode untuk menguji heteroskedastisitas antara lain dengan menggunakan Scatterplot, di mana pola titik-titik pada grafik harus tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, serta dengan uji Glejser, di mana jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,1, maka tidak ada masalah terkait heteroskedastisitas (Robin & Pramudana, 2021:24).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Uji Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen dalam sebuah penelitian.

Persamaan umum dari regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Rumus 3. 3 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sofi & Wira, 2023:763)

Keterangan:

Y: variabel keputusan pembelian

a: Konstanta

b₁ b₂ b₃: Koefisien Regresi

X₁: Promosi

X₂: Lokasi

X₃: Fasilitas

e: Variabel lain yang tidak diteliti

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi atau yang sering disebut dengan R Square (R^2), digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen (X) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Y). Semakin kecil nilai R^2 , semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati angka 1, ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Dengan kata lain, jika nilai R^2 adalah 0, maka tidak ada pengaruh sama sekali dari variabel independen terhadap variabel dependen. Namun jika R^2 bernilai 1 maka variabel independen memberikan pengaruh yang sempurna terhadap variabel dependen (Robin & Pramudana, 2021:24).

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara individual. Pada penelitian ini, nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada dengan tingkat signifikansi $\alpha = 10\%$. Kriteria pengujian ini menyatakan bahwa jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, hipotesis diterima sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, hipotesis ditolak (Robin & Pramudana, 2021:24).

3.8.5.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam

penelitian ini, nilai F hitung akan dibandingkan dengan nilai F tabel pada tingkat signifikansi $\alpha=10\%$. Kriteria pengambilan keputusan untuk uji hipotesis dalam uji F adalah:

1. H_0 Diterima apabila: $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$
2. H_a Diterima apabila: $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$