

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Strategi Penelitian**

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:8) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel, penggunaan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Dimana tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing - masing variabel yaitu Kualitas Produk (X1), Promosi Penjualan (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini menggunakan metode survey untuk mengumpulkan data yang akan diperlukan dalam penelitian ini. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Menurut Sugiyono (2015: 117) Populasi merupakan wilayah penyearanaan/generalisasi yang terdiri dari subyek/obyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu serta ditentukan oleh peneliti guna diteliti dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Kaneki yang telah melakukan pembelian di Kaneki minimal dua kali pembelian untuk mempermudah konsumen dalam menjawab pertanyaan yang diberikan.

##### **3.2.2. Sampel Penelitian**

Menurut Suryani (2017: 192) sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil dan digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan sesuai kriteria yang dibutuhkan. Kriteria dalam penelitian ini adalah konsumen kaneki yang sudah melakukan pembelian minimal dua kali pembelian. Dalam penentuan jumlah sampel yang digunakan (Sugiyono, 2017:91) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

2. Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$ .
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Karena metode analisis penelitian ini menggunakan regresi, maka sesuai dengan saran tersebut pada nomor 3 (tiga) di atas. Berikut perhitungan matematis dalam penentuan jumlah sampel penelitian ini, yaitu:

- Jumlah anggota sampel yang digunakan peneliti sebesar 20 sampel
- Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah 3 (tiga) variabel bebas + 1 (satu) variabel terikat, maka jumlah variabel dalam penelitian ini sebanyak 4 variabel.

Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah  $20 \times 4$ , maka didapat jumlah minimal sampelnya adalah 80 sampel. Supaya hasil penelitian lebih baik maka peneliti menetapkan jumlah responden lebih besar dari yang ditetapkan yaitu, sebanyak 97 responden.

### **3.3 Data dan Pengumpulan Data**

#### **3.3.1. Sumber Data**

##### **1. Data Primer**

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi dan penyebaran kuisisioner yang disebar oleh peneliti kepada para responden.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui pihak lain secara tidak langsung, buku, literatur, artikel, serta situs internet yang berkaitan dengan penelitian.

#### **3.3.2. Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Penelitian Kepustakaan**

Penelitian kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh melalui studi pustaka. Dalam hal ini peneliti berusaha mencari, membaca, dan mendapatkan sumber – sumber yang terdapat pada buku pemasaran manajemen, perpustakaan, dan web yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

## 2. Observasi

Metode pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis ditempat penelitian langsung dengan pengamatan dan pencatatan terhadap segala objek yang diamati, sehingga peneliti bisa mendapatkan data yang tepat dan relevan.

## 3. Kuisisioner

Pada metode pengumpulan data ini, peneliti memberikan pertanyaan – pertanyaan yang dibuat dengan menggunakan google form untuk dijawab oleh para responden yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **3.4. Operasional Variabel**

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel – variabel yang terkait di dalam penelitian ini. Operasional variabel juga bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing – masing variabel. Dalam kuisisioner penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur, persepsi, sikap, dan pendapat seseorang. Dalam skala likert skor ( bobot nilai ) yang digunakan yaitu :

- Sangat tidak setuju ( skor 1 )
- Tidak setuju ( skor 2 )
- Netral ( skor 3 )
- Setuju ( skor 4 )
- Sangat setuju ( skor 5 )

Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu Kualitas Produk (X1), Promosi Penjualan (X2), Kualitas Pelayanan (X3), serta Keputusan Pembelian (Y). Variabel – variabel tersebut akan dijadikan tolak ukur untuk membuat pernyataan di kuisisioner pada tabel berikut ini :

**Tabel 3.1 Indikator Kualitas Produk**

Variabel	Indikator	Bulir pertanyaan	Skala
Kualitas Produk (X1)  Sopiah dan Etta Mamang Sangadji (2016:80)	Kinerja	2	1 - 2
	Keandalan	1	3
	Fitur	1	4
	Daya tahan	1	5
	Konsisten	2	6 - 7
	Desain	1	8

**Tabel 3.2 Indikator Promosi Penjualan**

Variabel	Indikator	Bulir Pertanyaan	Skala
Promosi Penjualan (X2)  Philip Kotler & Gary Armstrong (2016:520)	Kupon	2	1 - 2
	Potongan harga	2	3 - 4
	Penawaran diskon	3	5 - 7

**Tabel 3.3 Indikator Kualitas Pelayanan**

Variabel	Indikator	Bulir Pertanyaan	Skala
Kualitas Pelayanan (X3)  Charles, Joe, & Carl (2019: 216)	Reliability	2	1 - 2
	Responsiviness	3	3 - 5
	Assurance	1	6
	Empathy	1	7
	Tangibles	2	8 - 9

**Tabel 3.4 Keputusan Pembelian**

Variabel	Indikator	Bulir Pertanyaan	Skala
	Pilihan Produk	2	1 - 2

Keputusan Pembelian (Y)  Kotler & Armstrong (2016:188)	Pilihan merek	1	3
	Pilihan penyalur	2	4 - 5
	Waktu pembelian	2	6 - 7
	Jumlah pembelian	1	8
	Metode pembayaran	1	9

### 3.5. Metode Analisis Data

#### 3.5.1. Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan IBM SPSS 26 (*Statistical Package for the Social Sciences*) agar mengolah data statistik dapat dilakukan dengan cepat dan tepat, dan bantuan Microsoft Excel sebagai pengolahan data sebelum pengolahan dilakukan di SPSS.

#### 3.5.2. Penyajian Data

Penyajian data yang dilakukan dalam bentuk tabel karena perhitungan yang dilakukan menggunakan SPSS yang hasilnya merupakan dari perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini, dengan bantuan Microsoft Excel untuk memudahkan dalam memasukan data ke SPSS.

#### 3.5.3. Alat analisis statistik data

##### 3.5.3.1. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2016: 52). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak validnya suatu kuisisioner. Kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan metode Korelasi Pearson, dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor total itemnya. Total item skor merupakan jumlah seluruh item pernyataan yang ada pada suatu variabel. Selanjutnya pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r table pada taraf 0,05. Jika r hitung > r table maka item dinyatakan valid sebaliknya jika r hitung < r table maka item dinyatakan tidak valid.

##### 3.5.3.2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:47). Uji reliabilitas merupakan alat uji untuk memastikan apakah kuisisioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Dalam penelitian ini cara yang digunakan peneliti yaitu dengan uji statistik koefisien *Cronbach Alpha*. Suatu kuisisioner

dinyatakan reliabel jika dapat dipercaya, konsisten, dan bila digunakan untuk mengukur subyek yang sama memberikan hasil tidak jauh berbeda. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien Cronbach Alpha  $> 0,6$ . Jika  $r_{hit} > r_{tab}$  maka dapat dikatakan tabel kuesioner yang diuji tersebut reliabel, sebaliknya jika  $r_{hit} < r_{tab}$  maka tabel kuesioner yang diuji tersebut tidak reliabel.

#### **3.5.3.3. Uji Normalitas Residual**

Menurut Ghozali (2016: 154). Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui masing-masing residuial apakah dapat berdistribusi normal atau tidak. Uji Normalitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak, dengan menggunakan metode *Uji One Sampel Kolmogorov-Smirnov*. Residual berdistribusi normal, jika signifikansi lebih dari 0,05.

#### **3.5.3.4. Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghozali (2018:108). Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Cara mengetahui ada tidaknya gejala Multikolinieritas yaitu dengan cara memperhatikan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

#### **3.5.3.5. Uji Autokorelasi**

Menurut Ghozali (2018; 111) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji dalam satu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Jika waktu berkaitan satu sama lainnya, masalah ini timbul karena resada problem autokorelasi. Metode pengujian ini menggunakan uji *Durbin-Waston* (*DW test*). Dengan pengambilan keputusan :

1. Jika  $d$  lebih kecil daripada  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$ , maka hipotesis ditolak, artinya terdapat autokorelasi.
2. Jika  $d$  terletak antara dua dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis diterima yang berarti tidak ada korelasi.
3. Jika  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

### 3.5.3.6 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti varian variabel gangguan yang tidak konstan. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2016;134). Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau dengan kata lain hasilnya homoskedastisitas dimana variance residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap.

Sedangkan dalam uji glejser, apabila variabel independen signifikan secara statistik dalam mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya apabila variabel independen tidak signifikan secara statistik dalam mempengaruhi variabel dependen maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas. Hal tersebut diamati dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% (Ghozali, 2016;138).

### 3.5.3.7. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Persamaan garis regresi linear berganda dapat ditulis sebagai berikut :

Keterangan  $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$

Y : Keputusan Pembelian

$\alpha$  : Konstanta

$\beta$  : Koefisien regresi, nilai peningkatan atau penurunan variabel yang didasarkan variabel

X

X1 : Kualitas Produk

X2 : Promosi Penjualan

X3 : Kualitas Pelayanan

e : Epsilon (pengaruh faktor lain)

### 3.5.3.8. Koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengukur faktor manakah yang paling berpengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai yang besar menunjukkan variabel independen yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen. Tujuan menghitung koefisien determinasi parsial adalah untuk mengetahui variabel bebas mana yang paling dominan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016:83).

### 3.5.3.9. Koefisien Determinasi Simultan ( $R^2$ )

Koefisien Determinan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Produk, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel –variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi yang kecil menandakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. (Ghozali,2018:97).

### 3.5.3.10. Pengujian Hipotesis

#### A. Uji t

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Menurut Sugiyono (2014:250), menggunakan rumus:

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

Keterangan :

t = Distribusi t

r = Koefisien Korelasi Parsial

$r^2$  = Koefisien Determinasi

n = Jumlah Data

Uji t dilakukan dengan membandingkan hasil nilai signifikansi yaitu 0,05 dan t tabel. Untuk melakukan uji parsial dengan uji t dan uji signifikansi memiliki kriteria pengujian sebagai berikut :

1. nilai t hitung  $>$  t tabel /sig  $<$  alpha maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika nilai t hitung  $<$  t tabel /sig  $>$  alpha maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
3. Jika t hitung  $>$  t tabel dan signifikansi  $<$  0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan
4. Jika t hitung  $<$  t tabel dan signifikansi  $>$  0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen.

#### B. Uji F

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, terhadap Keputusan Pembelian. apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Untuk memperoleh hasil Uji F. Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:  
Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu  $\alpha = 0,05$ . Selanjutnya hasil hipotesis  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan signifikansi  $<$  0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan.
2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan signifikansi  $>$  0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen.