

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Asosiatif. Penelitian Asosiatif menurut Sugiono (2003 : 11) adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variable atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, mengontrol suatu gejala.

Strategi penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode survei, dimana peneliti menyebarkan kuisisioner dalam bentuk google form agar lebih cepat dalam pembagiannya. Peneliti mengolah data apa adanya, menganalisis, dan menafsirkan data-data tersebut.

3.2. Populasi Dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2012 : 80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Indihome yang berlokasi di Duren Sawit Jakarta Timur. Menurut Data yang kami dapatkan dari database perusahaan PT Telkom Indonesia Regional III Jakarta, sampai bulan Desember 2019 berjumlah 11,423 Pengguna

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012,81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Menurut Sugiyono (2012,81) menyatakan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sample. Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling.

Jika kita menggunakan rumus slovin, dengan persentase kelonggaran ketidak telitian sebesar 5%, maka peneliti akan mendapatkan angka sampel dari jumlah populasi adalah sebagai berikut,

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana : n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang

ditolelir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini

adalah sebesar 20%).

$$n = \frac{11423}{1 + 11423 (0,1)^2}$$

= 99.13 maka kita bulatkan saja menjadi 100 responden

Jadi dapat diketahui dari perhitungan untuk ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 100 responden.

Pada penelitian ini, Responden (sampel) yang dipilih dari populasi dipilih menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Menurut Sugiono (2012 : 118) *Simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Pada penelitian kali ini penulis menentukan jumlah responden sebanyak 100 Responden.

3.3. Data Dan Metode Pengumpulan Data

3.1.1. Proses Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang diperlukan dalam pembahasan ini melalui dua tahap penelitian yaitu :

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari perusahaan, landasan teori dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini dengan cara dokumentasi. Studi dilakukan antara lain dengan mengumpulkan data yang bersumber dari literatur-literatur, bahan kuliah, dan hasil penelitian lainnya yang ada hubungannya dengan objek penelitian. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan tambahan pengetahuan mengenai masalah yang sedang dibahas.

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi. Begitu pula seperti yang diungkapkan oleh Sutrisno Hadi (1986) yang dikutip oleh Sugiyono (2012;145) menyatakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Menurut Sugiyono (2012,142) menyatakan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

4. Wawancara

Wawancara adalah metode untuk mendapatkan data dengan cara melakukan Tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan guna mendapatkan data dan keterangan yang menunjang analisis dalam penelitian. Menurut Nazir (2003,193) wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan

menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara).

3.1.2. Jenis Data

Data primer adalah data langsung. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan menurut Sugiyono (2017:137). Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh Attribute Produk, Kemasan, dan Layanan Pelengkap terhadap minat menggunakan Layanan Add-on minipack Indihome di wilayah Duren Sawit Jakarta Timur.

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dengan menunjang penelitian ini menurut Sugiyono (2017:137)

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2017:137) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pada penelitian kali ini, data primer digunakan dengan teknik pengumpulan data kuesioner (angket). Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa sumber data primer peneliti diperoleh dari kuesioner dengan menggunakan media google form dari jawaban kuesioner yang telah disebar dan diisi oleh pengguna Add-on minipack Indihome di wilayah Duren Sawit Jakarta Timur.

Menurut (Sugiyono, 2017:142) kuesioner adalah teknik pengumpulan data dimana dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner yang digunakan yaitu pertanyaan atau pernyataan yang tidak

memberikan kebebasan dalam menjawab karena alternative jawaban sudah disediakan oleh peneliti, pedoman kuesioner yang disusun sesuai dengan jumlah variabel dalam penelitian, yaitu:

X1 : Attribute Produk

X2 : Kemasan

X3 : Layanan Pelengkap

Y : Minat Menggunakan / Berlangganan

3.4. Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian dalam penelitian ini terdiri dari :

a. Variabel bebas (*Independen*)

Menurut Sugiyono (2010 : 59) Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*).

Variabel bebasnya atau *independent variable* (X_1) adalah Attribute Produk, (X_2) adalah *Packaging* / Kemasan dan (X_3) adalah Layanan Pelengkap

b. Variabel Terikat (*Dependen*)

Menurut Sugiyono (2010 : 59) Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel terpengaruh atau *dependent variable* (Y) dalam penelitian ini adalah Minat Beli Konsumen.

1. Attribute Produk (X1)

Atribut Produk merupakan unsur-unsur yang dipandang penting oleh setiap konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2008). Masyarakat banyak yang tertarik hanya melalui attribute produk yang ditawarkan oleh Indihome, karena banyak program-program menarik yang ditawarkan oleh Indihome yang memudahkan customer dalam memilih paket Add-on yang ditawarkan.

Adapun indikator yang harus ada atau diperhatikan dalam Attribute Produk menurut Fandy Tjiptono yaitu Merek dengan desain yang dapat menggambarkan identitas, Pemberian Labeling untuk menyampaikan informasi mengenai produk dan penjualan, Jaminan yang diharapkan konsumen bila terjadi kendala, Harga yang dibayarkan.

Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Sub indicator	No. Item
Attribute Produk (X1)	Merek	Desain yang dapat menggambarkan identitas produk	1
	Labeling	Dapat memberikan informasi terkait produk dan penjualan	2
	Jaminan	Memberikan rasa aman terhadap pelanggan dari kendala yang mungkin akan timbul	3
	Harga	Adanya kesesuaian Harga	

		yang dibayarkan	4
--	--	-----------------	---

Sumber : Fandy Tjiptono (2010:104)

2. Kemasan (X2)

Menurut Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul Strategi Pemasaran Edisi 3 (2008 : 106), kemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan atau pembungkus untuk suatu produk.

Penelitian yang dilakukan Kuvykaite et al., 2009 (dalam Kotler: 2003) “Ada enam faktor yang penting dalam mempengaruhi kemasan *size, form, material, colour, text, brand*.”

Tabel 3.2

Variabel	Indikator	Sub indicator	No. Item
Kemasan (X2)	Form	Bentuk yang menarik secara visual	5
	Colour	Konsumen Melihat warna lebih cepat daripada melihat bentuk atau rupa	6
	Text	teks pada kemasan yang berupa pesan-pesan untuk menjelaskan produk yang di tawarkan sekaligus menyerahkan konsumen untuk bersikap dan bertindak sesuai dengan harapan produsen	7

	Brand	Menjadi Identitas produk yang Komunikatif dengan konsumen	8
--	-------	---	---

Sumber : Fandy Tjiptono (2010:106)

3. Layanan Pelengkap (X3)

Saat ini dalam menawarkan produk apapun tidak terlepas dari unsur jasa atau layanan, baik jasa sebagai produk inti (jasa murni) atau jasa hanya sebagai pelengkap. Produk inti umumnya sangat bervariasi antar tipe bisnis yang satu dengan tipe yang lainnya, tetapi layanan pelengkapnya memiliki kesamaan. (Tjiptono, 2008)

Menurut Lovelock (1994) yang dikutip oleh Tjiptono dalam bukunya yang berjudul Strategi Pemasaran Edisi 3 (2008 : 107), Layanan pelengkap dapat diklasifikasikan menjadi delapan kelompok atau indikator yaitu Informasi, Konsultasi, Order Taking, Hospitality, Care Taking, Exceptions, Billing, Pembayaran

Tabel 3.3

Variabel	Indikator	Sub indicator	No. Item
Layanan Pelengkap (X3)	Informasi	Memberikan kelengkapan informasi yang dibutuhkan konsumen dalam melakukan pembelian	9
	Konsultasi	Memberikan saran, auditing, konseling pribadi dan perusahaan terkait produk yang ditawarkan	10

Order Taking	Memberikan kemudahan untuk customer dalam pemasangan dan berlangganan	11
Hospitality	Memberikan kenyamanan dan kemudahan untuk customer dalam mencari informasi	12
Care taking	Jaminan perlindungan terhadap kerusakan atau kendala terkait produk yang dibeli	13
Exeptions	Memberika layanan permintaan khusus pelanggan	14
Billing	Memberikan laporan tagihan tepat waktu	15
Pembayaran	Mempermudah transaksi dengan berbagai macam jenis pembayaran	16

Sumber : Kuvykaite et al., 2009 (dalam Kotler: 2013)

4. Minat Beli

Menurut Muhibbin Syah dalam Ramadhan Firman Adi et al, (2016) secara sederhana, minat (*intention*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah minat merupakan terminologi aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan yang timbul dari dalam diri individu untuk

memilih objek lain yang sejenis. Menurut Ferdinand (2011:12) minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut, minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, minat eksploratif.

Tabel 3.4 Minat Beli

Variabel	Indikator	Sub indicator	No. Item
Minat Beli / Berlangganan (Y)	Minat transaksional	Kebutuhan konsumen terpenuhi	17
	Minat referensial	- Merekomendasikan untuk menggunakan Indihome Paket Add-on Minipack - Membangun kepercayaan konsumen	18,19
	Minat preferensial	Kecenderungan pemilihan produk	20
	Minat eksploratif	Mencari informasi terhadap produk yang diminati	21

Sumber : Ferdinand (2011:12)

5. Skala Likert

Menurut (Riyanto dan Hatman, 2020:24) skala likert merupakan model skala yang banyak digunakan peneliti untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi atau fenomena sosial lainnya. Berikut merupakan skala penilaian yang dipakai dalam penelitian seperti tabel 3.5 dibawah ini:

Tabel 3.5. Bobot Nilai Skala Likert untuk Instrument Penelitian

Bobot	Penilaian	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	TS	Tidak Setuju
3	RR	Ragu-Ragu
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Analisis Inferensial

Teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Analisis inferensial meliputi statistik parametris dan statistik nonparametris. Statistik parametris digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik, atau menguji ukuran populasi melalui data sampel. Penggunaan statistik parametris kebanyakan digunakan untuk menganalisis data interval dan rasio.

3.5.2. Analisis Kuantitatif

Dalam penelitian kuantitatif analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul (Sugiyono, 2010 : 206). Karena sifat penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan statistik.

Skor total yang diperoleh dengan menjumlah skor dari masing-masing butir. Setelah data terkumpul, kemudian diadakan pengecekan untuk kelengkapannya dan setelah benar-benar lengkap kemudian dilakukan pengujian instrument atas validitas dan realibilitasnya.

1. Uji Vailiditas

Uji validitas bertujuan untuk melihat apakah instrumen (alat ukur) yang digunakan valid atau memang sesuai dengan variabel yang diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mengukur atau mendapatkan data, valid. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung, apabila r hitung sig $\leq 0,05$ maka dinyatakan valid dan bila r hitung sig $> 0,05$ dinyatakan tidak valid.

Dimana:

r = koefisien korelasi

X = skor butir

Y = skor total butir

N = Jumlah sampel (responden)

2. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2010 : 176) instrument yang reliable adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu instrument dikatakan reliabel jika nilai koefisien *cronbach alpa* lebih besar dari 0,6 menurut Arikunto dalam Riduwan (2011 :102).

Tingkat reliabilitas dapat diukur dengan skala alpha 0 sampai dengan 1, apabila skala tersebut dikelompokkan kedalam lima kelas range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diintegrasikan seperti tabel berikut :

Tabel 3.6
Tingkat Reliabilitas

Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
> 0,20 s.d 0,40	Agak Reliabel
> 0,40 s.d 0,60	Cukup Reliabel
> 0,60 s.d 0,80	Reliabel
> 0,80 s.d 1,00	Sangat Reliabel

3. Uji Normalitas

Sebelum dilakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan pengujian data atau uji kenormalan data. Jika data berdistribusi normal, maka uji hipotesis menggunakan statistic parametris, sedangkan jika data tidak berdistribusi normal, maka uji hipotesis menggunakan statistik nonparametris. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki

distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2005 : 39)

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Attribute Produk (X_1), *Packaging* / Kemasan (X_2), Layanan Pelengkap (X_3), terhadap Minat Beli (Y). Berikut model analisis regresi linear berganda :

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

5. Uji t (Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Menurut Priyatno (2008 : 85), langkah-langkah pengujiannya, menentukan hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternative (H_a)

6. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat atau tidak. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 (Priyanto, 2008:82). Langkah-langkah yang dilakukan :

- A. Menemukan Rumusan Hipotesis
 - B. Menentukan tingkat signifikansi (α) = 0,05
 - C. Menentukan F_{hitung} yang diperoleh pada tabel ANOVA
 - D. Menentukan F_{tabel}
 - E. Membuat Kesimpulan
 - Ho ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$
 - Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$
7. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil dapat diartikan bahwa kemampuan menjelaskan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.