

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Labuhanbatu, lebih tepatnya di Jalan Perlayuan, dengan fokus pada usaha air minum isi ulang Depot Crystal Water, yang dipilih sebagai lokasi penelitian karena adanya kasus menarik yang relevan dengan topik yang diteliti dan diyakini dapat memberikan hasil yang optimal. Lokasi penelitian ini dipilih secara strategis di wilayah Labuhanbatu, khususnya di Jalan Perlayuan karena keberadaan Depot Crystal Water menunjukkan dinamika usaha air minum isi ulang yang cukup menonjol. Keberadaan depot ini mencerminkan fenomena yang relevan dengan isu yang dikaji, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang mendalam dan akurat. Selain itu, karakteristik konsumen dan aktivitas operasional di lokasi tersebut mampu memberikan data untuk dianalisis secara menyeluruh.

2. Waktu Penelitian

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini, yang mencakup observasi lapangan, wawancara, serta penyebaran dan pengisian kuesioner oleh responden, diperkirakan memakan waktu sekitar tiga bulan. Kegiatan penelitian tersebut direncanakan berlangsung mulai November 2024 hingga Januari 2025, dengan fokus untuk memastikan kelengkapan dan akurasi data yang dibutuhkan. Selama periode pelaksanaan penelitian,

berbagai metode pengumpulan data diterapkan secara sistematis guna memperoleh informasi yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Rentang waktu selama tiga bulan cukup ideal untuk menjangkau seluruh responden dan mengantisipasi kendala teknis yang mungkin terjadi selama proses pengumpulan data berlangsung.

Tabel 3.1

Jadwal kegiatan penelitian

No	Kegiatan	Bulan																			
		Nov 2024				Des 2024				Jan 2025				Feb 2025				Maret 2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul	■																			
2	Persetujuan judul		■	■																	
3	Penyusunan proposal			■	■	■	■	■	■												
4	Seminar proposal									■											
5	Penyusunan hasil penelitian										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
6	Sidang meja hijau																			■	

B. Populasi Dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Sugiyono, (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik dan jumlah tertentu, yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan dijadikan dasar dalam pengambilan kesimpulan. Pada penelitian ini, populasi mencakup seluruh konsumen yang membeli produk di Depot Crystal Water di Jalan Pelayanan Rantauprapat, dengan estimasi jumlah populasi dihitung

berdasarkan rata-rata data penjualan pemakaian tutup botol per hari, yaitu sebanyak 2.250 tutup botol.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih berdasarkan karakteristik tertentu untuk mewakili keseluruhan. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability dengan teknik purposive sampling, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dari konsumen yang telah berbelanja di Depot Crystal Water Jalan Perlayuan Rantauprapat sebanyak lebih dari dua kali, (Sugiyono, 2017)

Dalam penelitian ini, teknik penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, yang bertujuan untuk menghitung ukuran sampel secara tepat berdasarkan jumlah populasi dan tingkat toleransi kesalahan tertentu :

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = standart eror (10%)

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

$$n = \frac{2.250}{(1 + 2.250(0,1)^2)}$$

$$n = \frac{2.250}{(1 + 2.250(0,01))}$$

$$n = \frac{2.250}{23,5} = 95,74$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel yang diperoleh untuk penelitian ini adalah sebanyak 100 responden, dengan tingkat standar error sebesar 10%.

C. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono, (2017) variabel penelitian merujuk pada elemen atau nilai yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan dependen. Dengan membedakan peran kedua jenis variabel tersebut, peneliti dapat menyusun desain penelitian dan memilih teknik analisis yang tepat untuk mengeksplorasi hubungan sebab-akibat di antara keduanya.

Menjelaskan :

1. **Variabel independen (bebas)** meliputi kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3), yang merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya perubahan pada variabel dependen (terikat) yaitu volume penjualan (Y).
2. **Variabel dependen (terikat)** dalam penelitian ini adalah volume penjualan (Y), yang dipengaruhi oleh variabel independen berupa kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3).

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Kualitas Layanan (X_1)	Ialah tindakan cepat dan sigapnya karyawan dalam melayani konsumen yang bersifat layanan jasa yang diberikan perusahaan untuk menyesuaikan harapan pelanggan, Junita et al., (2020).	1. Layanan terhadap bukti fisik/fasilitas. 2. Layanan sikap empati/peduli. 3. Layanan yang andal dan akurat. 4. Layanan yang responsivitas/tepat waktu. 5. Layanan terhadap jaminan.	Likert
2.	Harga (X_2)	Merupakan nilai atau sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan kepada suatu produk dengan berdasarkan manfaat serta kegunaannya, I. Yanti (2020).	1. Harga relatif/rata-rata. 2. Kesesuaian harga pada kualitas. 3. Harga saing.	Likert
3.	Promosi (X_3)	Ialah suatu aktivitas komunikasi yang menginformasikan serta membujuk konsumen untuk membeli produk, teknik ini memberikan daya tarik kepada konsumen, Tjiptono (2024).	1. Promosi penjualan 2. Pemasaran langsung	Likert
4.	Volume Penjualan (Y)	Ialah suatu naik turunnya hasil siklus penjualan produk pada suatu bisnis. Semakin besar jumlah total penjualan yang dihasilkan, maka semakin besar juga laba yang dihasilkan perusahaan, Kotler dan Keller (2016).	1. Segmentasi konsumen. 2. Retensius pelanggan. 3. Tingkat kepuasan pelanggan	Likert

D. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam melakukan riset ini yaitu :

a. Data Kualitatif

Data kualitatif merupakan jenis data berupa kata-kata penjelasan. Jenis data ini berfungsi untuk mengarahkan peneliti dalam bertanya mengumpulkan informasi dan analisis informasi. Kualitatif dijelaskan sebagai penelitian berupa gambaran umum atau fenomena dilapangan yang berupa narasi melalui wawancara, (Sugiyono, 2017). Data kualitatif menekankan kedalaman pemahaman terhadap konteks dan makna di balik setiap pernyataan atau tindakan peserta penelitian. Melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, atau diskusi kelompok terfokus, peneliti dapat menangkap nuansa pengalaman, motivasi, dan persepsi subjek secara komprehensif. Hasil pengumpulan data ini biasanya disajikan dalam bentuk narasi kaya detail, yang kemudian dianalisis dengan pendekatan seperti coding tematik atau analisis konten untuk menemukan pola, konsep, dan hubungan yang relevan. Dengan demikian, data kualitatif tidak hanya menggambarkan “apa” yang terjadi, tetapi juga “mengapa” dan “bagaimana” fenomena tersebut berlangsung dalam realitas sehari-hari.

b. Data Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan jenis data berupa bilangan angka yang dapat dihitung secara langsung. Jenis data ini berfungsi untuk

menjelaskan teori dalam bentuk uji statistik data, dimana dalam pengujian data ini dilakukannya penyebaran kuesioner kepada para responden, (Sugiyono, 2017). Dengan menggunakan instrumen terstruktur seperti kuesioner berisi pertanyaan tertutup, data kuantitatif memungkinkan pengukuran variabel secara objektif melalui skala pengukuran yang baku (misalnya nominal, ordinal, interval, dan rasio). Setelah terkumpul, data tersebut diolah dengan teknik statistik deskriptif dan inferensial seperti uji t, regresi, atau anova untuk menguji hipotesis dan menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih luas. Keandalan dan validitas instrumen, bersama dengan pemilihan sampel yang representatif, menjadi kunci agar hasil penelitian bersifat akurat dan dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan yang berbasis bukti.

2. Sumber Data

Sumber data dalam melakukan penelitian ini yaitu :

a. Data Primer

Data primer merupakan data utama yang hasil dan jawabannya langsung diperoleh dari lokasi atau objek penelitian yang memuat informasi dan data. Data primer dapat dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan oleh peneliti. Data primer adalah sumber informasi asli yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui metode yang dirancang khusus, seperti wawancara terstruktur, observasi lapangan, atau kuesioner dengan pertanyaan tertutup dan terbuka. Karena proses pengumpulan

berlangsung pada objek atau responden yang telah ditentukan, data ini mencerminkan kondisi nyata dan kebutuhan penelitian secara spesifik. Dengan kontrol ketat terhadap prosedur pengumpulan mulai dari penyusunan instrumen hingga seleksi responden peneliti dapat memastikan akurasi, relevansi, dan kesesuaian data untuk analisis selanjutnya. Meskipun memerlukan waktu dan sumber daya lebih besar, keberadaan data primer sangat krusial untuk mendapatkan temuan yang valid dan andal.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang berisi teori yang digunakan dan diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya melainkan melalui catatan tertulis ataupun dokumen. Data sekunder memanfaatkan informasi yang sudah ada sebelumnya, seperti laporan penelitian, buku referensi, artikel ilmiah, arsip perusahaan, atau database publik, sehingga dapat mempercepat proses pengumpulan data dan menghemat biaya. Meski bersifat tidak langsung, data ini membantu peneliti dalam membangun kerangka teori, membandingkan temuan, serta mengidentifikasi tren historis atau pola umum sebelum melakukan penelitian lapangan. Namun, peneliti perlu mempertimbangkan relevansi, keakuratan, dan keaktualan sumbernya agar data sekunder tetap valid dan sesuai konteks studi. Dengan pemilahan dan evaluasi yang tepat, data sekunder dapat menjadi landasan kuat untuk memperkuat analisis dan interpretasi hasil penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data berdasarkan :

1. Metode kuesioner

Merupakan metode yang berupa daftar pertanyaan yang tersusun sistematis mengenai apa yang diteliti, kemudian disebar kepada para responden untuk diisi yang nantinya akan memberikan kekuatan pada hasil penelitian.

2. Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data secara langsung berkomunikasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan kepada penjual ataupun konsumen sebagai bentuk tanya jawab secara lisan.

3. Observasi

Merupakan suatu pengamatan dengan melihat langsung lapangan atau lokasi penelitian mengenai fenomena yang terjadi hal ini bertujuan untuk mendapatkan serta melengkapi data yang diperlukan peneliti untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan valid atau tidak validnya suatu data yang diuji pada suatu penelitian. Apabila sebuah pertanyaan kuesioner yang disebar kepada responden dapat menyatakan data yang diukur tepat, maka pengujian penelitian tersebut dapat dikatakan valid. Kegunaan uji validitas ini menghindari adanya pertanyaan yang

kurang jelas, menghindari timbulnya kecurigaan serta ketidak relevan informasi sehingga dengan dilakukannya uji validitas ini mampu memberikan keaslian data, Sugiyono (2017). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan IBM SPSS (Statistic Package and Social Scienne) versi 22.

Berikut ini hasil uji validitas yang telah dilakukan berdasarkan pengujian dengan menggunakan IBM SPSS Versi 22.

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas

Variabel	No	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Layanan (X ₁)	P1	0,728	0,165	Valid
	P2	0,684	0,165	Valid
	P3	0,778	0,165	Valid
	P4	0,721	0,165	Valid
	P5	0,631	0,165	Valid
Harga (X ₂)	P1	0,801	0,165	Valid
	P2	0,776	0,165	Valid
	P3	0,814	0,165	Valid
Promosi (X ₃)	P1	0,800	0,165	Valid
	P2	0,876	0,165	Valid
	P3	0,747	0,165	Valid
	P4	0,696	0,165	Valid
Volume Penjualan (Y)	P1	0,875	0,165	Valid
	P2	0,942	0,165	Valid
	P3	0,787	0,165	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan serangkaian alat ukur pengujian yang digunakan untuk mengukur secara konsisten terkait seberapa besar tingkat reliabel pada kuesioner dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha yang menyatakan semakin tinggi nilai koefisiennya maka semakin besar hasil data yang diperoleh, Sugiyono (2017). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan IBM SPSS (Statistic Package and Social Scienne) versi 22.

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,735	5	Reliabel
Harga(X_2)	0,712	3	Reliabel
Promosi (X_3)	0,788	4	Reliabel
Volume Penjualan (Y)	0,840	3	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 22

Dari hasil uji reliabilitas diatas, hasil variabel pada X_1 , X_2 , X_3 , dan Y dapat menghasilkan nilai Alpha Cronbach's $> 0,60$. Maka dapat disimpulkan, bahwa semua variabel atau instrumen dalam penelitian ini reliabel.

G. Metode Analisis Data

1. Metode Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode penyusunan, pengelompokkan, memisahkan, mengatur, mengurutkan, menganalisis dan menyimpulkan data yang diperoleh dalam penelitian sehingga menghasilkan gambaran masalah dalam penelitian, (Sugiyono, 2017).

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini, menggunakan teknik analisis data dengan teknik regresi linear berganda yang mana teknik ini melibatkan lebih dari satu variabel independen, Sugiyono (2017).

Dengan rumus persamaan :

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

Keterangan :

Y	= Volume penjualan
a	= Konstanta
b ₁ ,b ₂ ,b ₃	= Koefisien regresi tiap variabel
X ₁	= Kualitas layanan
X ₂	= Harga
X ₃	= Promosi
e	= Standar error

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini untuk mengetahui apakah data yang diteliti berdistribusi normal atau tidak terkait dengan variabel dependen dan independen. Uji normalitas berfokus pada pemeriksaan pola sebaran data untuk memastikan bahwa nilai variabel baik dependen maupun independen mengikuti kurva distribusi normal. Metode ini biasanya melibatkan pengujian statistik seperti Kolmogorov–Smirnov, Shapiro–Wilk, atau grafik Q–Q Plot, yang membantu menentukan apakah penyimpangan dari normalitas cukup signifikan untuk mempengaruhi hasil analisis selanjutnya. Dengan memastikan asumsi normalitas terpenuhi, peneliti dapat memilih uji parametrik yang tepat dan mempertahankan validitas inferensi statistik dalam studi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan) antara variabel independen. Uji multikolinearitas dalam regresi bertujuan mengidentifikasi sejauh mana variabel-variabel independen saling berkorelasi satu sama lain, karena korelasi yang tinggi dapat mengganggu stabilitas koefisien estimasi dan menurunkan keandalan model. Biasanya, analisis ini dilakukan dengan menghitung Variance Inflation Factor (VIF) atau nilai toleransi untuk setiap prediktor; apabila VIF melebihi ambang batas tertentu (misalnya 10) atau toleransi mendekati nol, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat multikolinearitas yang signifikan. Dengan menyingkirkan atau menggabungkan variabel yang bermasalah, peneliti memastikan bahwa kontribusi masing-masing variabel independen dapat diinterpretasikan dengan lebih jelas dan hasil regresi menjadi lebih valid.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini untuk mengetahui apakah variansi standar error bersifat konstan atau tidak, jika terdapat adanya heteroskedastisitas maka variansi tidak akan konstan dan menyebabkan biasnya standar error, (Sugiyono, 2017). Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengecek apakah kesalahan (error) dalam model regresi memiliki variansi yang sama di seluruh rentang nilai prediktor. Jika variansi residual berubah-ubah misalnya semakin besar atau kecil seiring perubahan nilai variabel independen maka terjadi heteroskedastisitas, yang dapat

membuat estimasi standar error menjadi tidak akurat dan mengganggu keandalan uji signifikansi.

4. Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dampak variabel kualitas layanan (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3) terhadap variabel volume penjualan (Y). Dengan kriteria apabila :

- Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.
- Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Pada derajat kebebasan : ($df = n-k-1$) dengan standart error 0,05.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji ini untuk mengetahui apakah dugaan sementara yang dicantumkan dapat diterima atau ditolak dengan teknik statistik uji F, sebagaimana dilakukan untuk mengetahui secara bersamaan pengaruh dampak antara variabel independen dan dependen, (Sugiyono, 2017).

Dengan kriteria :

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima atau H_a ditolak.
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

Dengan derajat kebebasan (df) pada $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k$, pada standart error 0,05.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk melihat besarnya pengaruh dampak variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan model persamaan akan dapat dihitung R^2 atau

coefficient of determination yang menunjukkan persentasi dari variasi variabel kepuasan konsumen yang mampu dijelaskan oleh model, (Sugiyono, (2017).

Kemudian, dengan membandingkan besarnya nilai R^2 untuk masing-masing variabel kualitas layanan (X_1), harga (X_2) dan promosi (X_3) dapat diketahui faktor terpenting atau dominan yang menentukan pengaruhnya terhadap volume penjualan (Y).