

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun penelitian yang dilakukan oleh penulis mengambil lokasi di Toko Ponsel Anggi Pranata Desa Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir beralamat Jalan besar lintas negeri lama Kabupaten Labuhanbatu, Sumatera Utara

2. Waktu Penelitian

Penelitian di mulai pada bulan November 2022 pada saat pengambilan data pertama mengenai sejarah dan gambaran umum serta pengolahan data Pada sampai bulan Januari 2023

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Okt-22				Nov-22				Des-22				Jan-23				Feb-23				Mar-23				Apr-23				Mei-23				Jun-23				Jul-23			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Pengajuan Judul	■																																							
2	Acc Judul					■																																			
3	Pengumpulan Data									■																															
4	Penyusunan Proposal													■																											
5	Bimbingan Proposal																	■																							
6	Seminar Proposal																					■																			
7	penyusunan Skripsi																									■															
8	Bimbingan Skripsi																													■											
9	Sidang Meja Hijau																																	■							

B. Populasi Dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono, (2017:67) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Penelitian ini dilakukan Toko Ponsel Anggi Pranata Desa Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir

2. Sampel Penelitian

Dikemukakan oleh Sugiyono, (2017:65), yang mengatakan bahwa: jumlah sebagian dari kriteria yang dimiliki oleh populasi sehingga, dapat didefinisikan bahwa sample merupakan bagian dari populasi yang mewakili sebagian populasi yang menggambarkan karakter tertentu.

Peneliti memilih menggunakan metode sampling ini karena telah memahami bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang dikehendaki, karena mereka memang memiliki informasi seperti yang diharapkan dan mereka memenuhi syarat dan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Syarat sampel pada penelitian ini adalah sampel para remaja dan dewasa. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang memenuhi satu dari lima kriteria; pemrakarsa (initiator), pemberi pengaruh (influencer), pengambilan keputusan (decider), pembeli (buyer), pemakai (user) produk.

Sampel yang diambil adalah yang peneliti temui di lapangan tanpa ada perencanaan pertemuan terlebih dahulu. Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Widiyanto, 2013:67). Apabila populasi berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui maka digunakan rumus:

$$n = \frac{Z^2}{4 \cdot e^2}$$

$$n = \frac{198^2}{4 \cdot e^2}$$

$$= 98,01 \approx 98 \text{ (atau dibulatkan 100)}$$

Dimana :

N : Jumlah sampel

Z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%.

Pada penentuan ini pada $\alpha = 0,5$ adalah 1,98.

Moe : Margin of Error, yaitu tingkat kesalahan maksimal yang dapat ditoleransi, ditentukan sebesar 10%.

Dari hasil perhitungan sampel diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

C. Defenisi Operasional Variabel

Variabel penelitian ini terdiri atas variabel kualitas pelayanan (X1), variabel promosi (X2) dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Operasional dari masing-masing variabel tersebut diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
----------	----------------------	-----------	-------

Kualitas pelayanan (X1)	Keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan (Kotler, Keller 2016:89)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Responsive 2. Assurance 3. Tangible 4. Empathy 5. Reabilit 	Likert
Promosi (X2)	Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen". (Buchari Alma, 2016:127)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kupon 2. Potongan harga 3. Kesepakatan harga kemasan 4. Sampel 5. Premium 6. Cashback 7. Continuity programs 8. Kontes dan undian 	Likert
Harga (X3)	Harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemampuan seseorang dalam menilai suatu barang dengan satuan alat ukur untuk dapat membeli produk yang ditawarkan. (Tjiptono, 2015:121)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Keterjangkauan harga 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3) Daya saing harga 4) Kesesuaian harga dengan manfaat 	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemilihan yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli produk Asia Fashion terhadap satu atau lebih dari alternatif pilihan dalam pengambilan. (Kotler, Keller 2016:109)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pilihan produk 2) Pilihan merek 3) Pilihan penyalur 4) Waktu pembelian 5) Jumlah pembelian 6) Metode pembayaran 	Likert

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data penelitian diperoleh dengan cara :

1. Wawancara yaitu bentuk pengumpulan data dengan cara menanyai langsung kepada orang-orang yang digunakan sebagai sampel.
2. Kuesioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada obyek yang diteliti dalam hal ini sampel. Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.
3. Studi Dokumentasi yaitu bentuk pengumpulan data sekunder dengan cara pengumpulan dokumen atau data yang berkenaan dengan judul peneliti.
4. Observasi yaitu dengan melakukan penelitian langsung dilapangan.

E. Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan terdiri dari 2 yaitu:

a. Data primer

Data primer yang ada dalam penelitian ini adalah data-data dari kuesioner, dalam penelitian ini data di primer di dapat dari hasil wawancara dengan pegawai pembeli di Toko Ponsel Anggi Pranata Desa Selat Besar Kecamatan Bilah Hilir

b. Data sekunder

Data sekunder di peroleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal, dan dokumentasi yang ada hubungan dengan materi kajian .

F. Instrumen Penelitian

Adapun instrumen penelitian yang digunakan adalah :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen sebagai alat pengumpul data sebelum digunakan harus diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya sehingga diyakini dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya kebenarannya.

a. Uji Validitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2017:114) Uji validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur atau digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Selain instrumen penelitian yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaiknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Untuk taraf signifikansi (α) 5 persen dengan angka kritik 0,316. Kriteria keputusan adalah r hitung lebih besar atau sama dengan taraf 5 persen (0,02) maka dinyatakan valid. Untuk menguji validitas instrumen menggunakan bantuan program IBM SPSS.

b. Koefisien Reliabilitas

Menurut Afrizal. (2016:173) Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas alat ukur dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara internal, pengujian dapat dilakukan test-retest, equivalent, dan gabungan ke-duanya. Secara eksternal, reliabilitas alat ukur dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu

G. Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

yaitu mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut mendistribusikan normal atau tidak, metode klasik dalam mengujian normalitas suatu data tidak begitu sulit. Menurut (Ghozali, 2018:143) tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah masing-masing data variabel berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

yaitu bertujuan untuk menguji dalam metode regresi ditemukan kolerasi antara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinieritas sebagai berikut:

- a. Nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai variance inflation factor (VIF) < 10 menunjukkan tidak adanya multikolinieritas antar variable independen
- b. Nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai variance inflation factor (VIF) > 10 menunjukkan adanya multikolinieritas antar variable independen

3. Uji Heteroskedastisitas

Menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika :

- a. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0
- b. Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja
- c. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- d. Penyebaran titik-titik data tidak berpola

H. Metode Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

Persamaan regresi adalah:

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y_1	=	Keputusan Pembelian
a	=	Konstanta
b_1, b_2, b_3	=	Koefisien Regresi variabel
X_1	=	Kualitas pelayanan
X_2	=	Promosi
X_3	=	Harga
e	=	error

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesa Secara Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan hipotesa sebagai berikut:

H_0 : $b_1, b_2, b_3 = 0$, variabel Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

H_a : $b_1, b_2, b_3 \neq 0$ variabel Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga tidak berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Selanjutnya hasil hipotesis thitung dibandingkan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

b. Pengujian Hipotesis Secara Serempak (Uji F)

Uji serentak atau F-test untuk menguji apabila variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan dengan variabel terikat, langkah-langkahnya sebagai berikut:

a) Membuat formula hipotesis

1) H_0 : Yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antar variabel bebas (Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian) secara simultan, dengan variabel terikat (Keputusan Pembelian).

2) H_1 : Yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian) secara simultan, dengan variabel terikat Keputusan Pembelian).

b) Menentukan taraf nyata (α) dan F_{tabel}

- Taraf nyata yang digunakan biasanya 5% (0,05) atau 1% (0,01)
- Nilai F table memiliki derajat bebas (db), $v_1 = m - 1$; $v_2 = n - k - 1$

k = jumlah variabel bebas, m = jumlah variabel, n = jumlah sampel

c) Menentukan kriteria pengujian

1) H_0 diterima (H_1 ditolak) apabila $F_0 \leq F_{\alpha;(v_1)(v_2)}$

2) H_0 ditolak (H_1 diterima) apabila $F_0 > F_{\alpha;(v_1)(v_2)}$

c. Koefisien Determinasi

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi. Koefisien korelasi digunakan untuk melihat persentase pengaruh X_1, X_2, X_3 , dan variabel Y .