

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

1. Lokasi penelitian

Untuk membuat proposal skripsi ini, penyusun melakukan penelitian pada Rahmat Cell Cikampak, Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan oktober 2022 sampai maret 2023.

Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Waktu (Bulan) 2022																							
		Oktober		November				Desember				Januari				Februari				Maret					
		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	Penyusunan proposal																								
3	Bimbingan																								
4	Revisi																								
5	Acc Proposal																								
6	Penyusunan skripsi																								
7	Bimbingan dan revisi																								
8	Sidang meja hijau																								

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Handayani (2020) populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, Populasi dan sampel diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan data dari variabel yang diteliti. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulan. Pada penelitian ini penulis memfokuskan populasi pada Konsumen Rahmat Cell selama sehari yaitu 70 orang.

2. Sampel

Menurut Siyoto (2018) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti. Dengan asumsi bahwa populasi penelitian adalah seluruh populasi, maka penelitian menggunakan sampling sensus. Menurut Margono (2018) Sampling sensus adalah teknik penentuan sampel dimana seluruh orang/konsumen dijadikan sampel. Jumlah sampel penelitian adalah 70 orang.

C. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Defenisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Defenisi operasional bisa sebagai petunjuk bagaimana cara mengukur variabel. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang akan diukur. Adapun defenisi dari keempat variabel tersebut akan di jabarkan dibawah ini :

Tabel 3.2
Defenisi Operasional Variabel

no	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala pengukuran
1	Marketing online (X ₁)	Digital Marketing didefinisikan sebagai sebuah alat yang membentuk hubungan, sebuah medium untuk mempertemukan dan memfasilitasi interaksi dari para penjual dan pembeli (Mulyadi, 2018)	1. Periklanan 2. Publisitas 3. Direct Marketing 4. Strategi	Likert
2	Inovasi teknologi (X ₂)	inovasi teknologi adalah suatu ide, perilaku, produk, informasi dan praktek-praktek lainnya dibidang teknologi. (Markikanto, 2018)	1. Orientasi 2. Preparasi 3. Analisis 4. Sintesis	Likert
3	Persepsi konsumen (X ₃)	Persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian masukan informasi, sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasaa, pendengaran, penciuman dan sentuhan, untuk menghasilkan makna. (Wianti et al., 2019)	1. Komunikasi 2. Pelayanan 3. Efisiensi 4. Citra	Likert
4	Keputusan pembelian (Y)	keputusan pembelian konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. (Rusby et al., 2017)	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksplorati	Likert

Sumber : Mulyadi (2018), Markikanto (2018), Wianti et al (2019), Rusby et al

(2017)

D. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data berdasarkan sumbernya, terdiri dari :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat. Data primer yang ada dalam penelitian ini adalah data-data dari kuisioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti. Data sekunder di peroleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal, dan dokumentasi lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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.

Tabel 3.3
Instrumen Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. Studi Dokumentasi yaitu bentuk pengumpulan data sekunder dengan cara pengumpulan dokumen atau data yang berkenaan dengan judul peneliti. Metode dokumentasi dilakukan dengan meneliti dokumen-dokumen.
4. Observasi yaitu dengan melakukan penelitian langsung dilapangan.

F. Uji Instrument Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Bila r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan dinyatakan valid, sebaliknya r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

a. Variabel Marketing Online (X_1)

Tabel 3.4
Uji Validitas Marketing online (X_1)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	.413	,238	Valid
P2	.467	,238	Valid
P3	.300	,238	Valid
P4	.380	,238	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 3.4 Untuk perbandingan nilai R hitung > R tabel maka uji valisitas dinyatakan valid, nilai r tabel adalah 0,238, nilai r tabel dapat diketahui dari R tabel df 1 = 0,05, df 2 =n-k=70-4=66, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 66 yaitu 0,238 diperoleh hasil pengujian variabel brand marketing online memiliki nilai yang lebih besar dari 0,238 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

b. Variabel Inovasi teknologi (X₂)

Tabel 3.5
Uji Validitas Inovasi teknologi (X₂)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	.558	,238	Valid
P2	.630	,238	Valid
P3	.399	,238	Valid
P4	.649	,238	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 3.5 Untuk perbandingan nilai R hitung > R tabel maka uji valisitas dinyatakan valid, nilai r tabel adalah 0,238, nilai r tabel dapat diketahui dari R tabel R tabel df 1 = 0,05, df 2 =n-k=70-4=66, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 66 yaitu 0,238 diperoleh hasil pengujian variabel inovasi teknologi memiliki nilai yang lebih besar dari 0,238 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

c. Variabel Persepsi konsumen (X₃)

Tabel 3.6
Uji Validitas persepsi konsumen (X₃)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	.710	,238	Valid
P2	.443	,238	Valid
P3	.568	,238	Valid
P4	.620	,238	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 3.6 Untuk perbandingan nilai R hitung > R tabel maka uji valisitas dinyatakan valid, nilai r tabel adalah 0,238, nilai r tabel dapat diketahui dari R tabel R tabel df 1 = 0,05, df 2 =n-k=70-4=66, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 66 yaitu 0,238 diperoleh hasil pengujian variabel persepsi konsumen memiliki nilai yang lebih besar dari 0,238 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

d. Variabel Keputusan pembelian (Y)

Tabel 3.7
Uji Validitas Keputusan pembelian (y)

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	.694	,238	Valid
P2	.562	,238	Valid
P3	.605	,238	Valid
P4	.797	,238	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 3.7 Untuk perbandingan nilai R hitung > R tabel maka uji valisitas dinyatakan valid, nilai r tabel adalah 0,238, nilai r tabel dapat diketahui dari R tabel tabel df 1 = 0,05, df 2 =n-k=70-4=66, sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 66 yaitu 0,238 diperoleh hasil pengujian variabel

brand keputusan pembelian memiliki nilai yang lebih besar dari 0,238 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah *indeks* yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Situmorang dan Lutfi, 2019). Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi didalam mengukur gejala yang sama. Pernyataan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas, maka akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika r_{α} (alpha) positif atau \geq dari r tabel maka pernyataan *reliabel*.
- b. Jika r_{α} (alpha) negatif atau \leq dari r tabel maka pernyataan tidak *reliabel*.

Suatu konstruk atau variabel ddikatakan *reliabel* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas (*Reliability Statistics*)

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Ket
1	Marketing online (X_1)	0,839	0,60	Reliabel
2	Inovasi teknologi (X_2)	0,779	0,60	Reliabel
3	Persepsi konsumen (X_3)	0,763	0,60	Reliabel
4	Keputusan pembelian konsumen (y)	0,709	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2022)

Tabel 3.8 menunjukkan bahwa 16 pertanyaan memiliki koefisien diatas 0,60, sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah reliabel dan layak disebarkan kepada responden untuk digunakan sebagai intrumen dalam penelitian ini

G. Metode Analisis Data

Merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada hingga memberikan gambaran yang jelas melalui pengumpulan, penyusunan, dan menganalisis data hingga dapat diketahui gambaran umum perusahaan yang diteliti.

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan linear antara beberapa variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan pembelian (y)

X₁ = Marketing Online (X₁)

X₂ = Inovasi teknologi (X₂)

X₃ = Persepsi Konsumen (X₃)

α = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = koefisien arah regresi

e = standar Error

3. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T yaitu untuk menguji apakah variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai variabel terikat. Dengan rumus hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria Pengambilan Keputusan :

H_0 di terima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a di terima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

b. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel Independent berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependent. Dengan rumus hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria Pengambilan Keputusan :

H_0 di terima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a di terima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$.

c. Koefisien Determinan (R^2)

Determinan digunakan untuk melihat kontribusi variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat (Y). Itikolnieritas terjadi apabila R^2 yang dihasilkan oleh suatu model regresi empiris sangat tinggi.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel x terhadap y dapat diketahui dengan :

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Misalkan $r = 0,8$, maka $R^2 = 0,8^2 \times 100\% = 64\%$.

Artinya variabel y dipengaruhi oleh variabel x sebesar 64% sisanya $100 - 64 = 36\%$ dipenngarhi oleh variabel lain.