

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian Kuantitatif adalah metode penelitian yang spesifikasinya adalah terencana, sistematis, dan terstruktur dari awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut (Sugiyono, 2017). Penelitian kuantitatif sering disebut dengan penelitian formal. Fakta tersebut digambarkan dengan pengukuran peristiwa melalui angka bukan hanya sekedar huruf (Sugiyono, 2017).

#### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

Berikut adalah penjelasan dari populasi dan sampel pada penelitian ini

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi dalam penelitian adalah generalisasi yang terdiri dari subyek dan obyek yang dibuat dan diteliti lalu ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang membeli produk Roccas dan yang pernah mencicipi produk Roccas sejumlah 35 orang

##### **3.2.2 Sampel**

Teknik pengambilan sampel dari penelitian ini dilakukan dengan teknik sampel jenuh. Menurut (Sugiyono, 2017) sampel jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel. Sasaran sampel dalam penelitian ini adalah orang yang membeli produk Roccas atau yang pernah mencicipi produk Roccas sejumlah 35 orang.

### **3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran**

Berikut adalah jenis data, sumber data, dan skala pengukuran yang saya gunakan pada penelitian ini

#### **3.3.1 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dalam bentuk angka (Bungin, 2015). Dan, sumber data pada penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Data primer pada penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner secara *online*. Sedangkan Data sekunder pada penelitian ini diperoleh melalui artikel, buku, jurnal, dan lainnya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian

#### **3.3.2 Skala Pengukuran**

Jawaban dari kuesioner berupa skor yang diberikan langsung oleh responden. Skor tersebut dihitung menggunakan skala likert. Menurut (Sugiyono, 2017) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok mengenai suatu fenomena tertentu. Berikut bobot penilaian yang digunakan untuk mengukur skala likert :

- a. Skala 5 untuk jawaban pertanyaan sangat setuju (SS)
- b. Skala 4 untuk jawaban pertanyaan setuju (S)
- c. Skala 3 untuk jawaban pertanyaan cukup setuju (CS)
- d. Skala 2 untuk jawaban pertanyaan tidak setuju (TS)
- e. Skala 1 untuk jawaban pertanyaan sangat tidak setuju (STS)

### **3.4 Variabel dan Definisi Operasional**

Ada 2 jenis variabel pada penelitian ini yaitu variabel terikat berupa promosi dan kualitas pelayanan dan variabel bebas berupa minat pembelian.

### 3.4.1 Variabel

Penelitian ini memiliki 3 variabel, yaitu dua variabel bebas dan satu variabel terikat sebagai berikut :

1. Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel independen atau sering disebut dengan variabel terikat (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini promosi dan kualitas pelayanan merupakan variabel terikat
2. Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi pengaruh dari variabel terikat (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini keputusan pembelian merupakan variabel bebas.

### 3.4.2 Definisi Operasional Variabel

#### 1. Promosi

P. and G. A. Kotler, (2016:408) promosi adalah suatu alat untuk berkomunikasi pembeli dan perusahaan lain yang bertujuan untuk memberikan informasi secara jelas.

#### 2. Kualitas Pelayanan

Lupiyoadi, Rambat, Hamdani A, (2016) kualitas pelayanan adalah keseluruhan jenis dari suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat tidak terlihat.

#### 3. Keputusan Pembelian

P. and G. A. Kotler, (2016:226) keputusan pembelian adalah tahap dimana konsumen benar benar menentukan pilihan untuk membeli suatu produk.

Variable	Definisi Konseptual	Indikator	Definisi Operasional	Sumber
<b>Promosi (X1)</b>	promosi adalah suatu sarana untuk berkomunikasi antara perusahaan dan pembeli yang bertujuan untuk memberikan informasi secara praktis. Kotler dan Amstrong (2016:408),	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Periklanan</li> <li>b. <i>Personal Selling</i></li> <li>c. <i>Publisitas</i></li> <li>d. Promosi Penjualan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Roccus memperkenalkan produk yang menarik bagi konsumen</li> <li>b. Roccus melakukan penjualan langsung kepada konsumen untuk membangun keyakinan</li> <li>c. Roccus telah mempublikasikan produk kepada konsumen melalui bazaar, <i>WOM</i></li> <li>d. Roccus memberikan potongan harga pada kegiatan tertentu</li> </ul>	Kotler dan Armstrong (2016:205)

<b>Kualitas pelayanan (X2)</b>	Kualitas pelayanan adalah keseluruhan jenis dari suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat tidak terlihat. Lupiyoadi (2016:144)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. kehandalan</li> <li>b. <i>empathy</i></li> <li>c. daya tanggap</li> </ul> Kotler dan Keller (2015:351)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Roccas telah memberikan pelayanan yang handal</li> <li>b. Roccas berempati dengan menerima kritik dan saran dari konsumen</li> <li>c. Roccas merespon apa yang diinginkan oleh konsumen</li> </ul>	Kotler dan Keller (2015:351)
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Menurut Kotler & Armstrong (2016:226) keputusan pembelian adalah tahap dimana konsumen benar benar menentukan pilihan untuk membeli suatu produk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pilihan produk</li> <li>b. Jumlah pembelian</li> <li>c. Metode pembayaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Roccas memberikan beberapa opsi pilihan agar konsumen dapat memilih sesuai keinginannya</li> <li>b. Roccas menyediakan persediaan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen</li> <li>c. Roccas memberikan fasilitas alternative pembayaran ( cash, debit)</li> </ul>	Kotler dan Armstrong (2016)

### 3.5 Prosedur dan Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, sumber data yang digunakan yaitu data primer. Data primer diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada seluruh konsumen Roccas dan orang yang pernah mendengar

Roccos yang didapatkan dari seluruh jumlah populasi sebanyak 35 orang (Sugiyono, 2017). Pengumpulan untuk data primer dengan menggunakan kuesioner dengan menyediakan beberapa alternatif pilihan melalui google form yang disebarakan melalui Whatsapp, Line, dan Instagram

### **3.6 Metode Analisis**

#### **3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas**

##### **1. Uji Validitas**

Uji Validitas ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Apabila nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka dapat dikatakan valid..

##### **2. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur indikator dari suatu variabel tersebut pada kuesioner. Apabila koefisien alpha diatas 0,70 maka indikator variabel tersebut dapat digunakan.

#### **3.6.2 Uji Asumsi Klasik**

##### **1. Uji Normalitas**

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah model regresi, variabel bebas, variabel terikat memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2009). Variabel dapat dikatakan normal apabila hasil dari pengujian ini menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

##### **2. Uji Multikolinearitas**

Tahap uji ini dipergunakan untuk melihat ada tidaknya hubungan antar variabel bebas pada model regresi yang telah ditentukan. Dalam pengujian ini data yang dilihat yaitu tabel *Collinearity Statistics* dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan nilai *Tolerance*. Dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar sama dengan 0,10.

### **3. Uji Heteroskedastisitas**

Pengujian ini dipergunakan untuk menguji dalam model regresi apakah terdapat ketidaksamaan atau error varians dari satu penelitian ke penelitian yang lain. Dalam pengujian ini,  $H_0$  dapat diterima apabila nilai signifikansinya lebih dari 0,05.

### **4. Uji Linearitas**

Uji linearitas dipergunakan untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan memiliki hubungan atau tidak. Hasil dari penelitian ini dapat dilihat dengan melihat hasil data pada kolom *Test for Linearity*. Pengujian ini dapat disimpulkan apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dua variabel tersebut memiliki hubungan.

### **3.6.3 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis**

#### **1. Uji Statistik (Uji t)**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh atau tidak secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai signifikansi uji t menunjukkan dibawah 0,05 maka hipotesis dapat diterima yang artinya variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat.

#### **2. Uji Statistik (Uji F)**

Pengujian ini dapat digunakan dengan cara membandingkan tabel F dengan F hitung. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka model tersebut signifikan ( $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima). Dalam arti, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dan dapat disimpulkan bahwa model penelitian dapat diterima.

#### **3. Koefisien Korelasi (R)**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui kecocokan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian ini dapat menyimpulkan hipotesis dapat diterima atau tidak dengan

melihat hasil dari nilai koefisien korelasi. Hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat dikatakan semakin kuat apabila hasil nilai koefisien mendekati angka satu.

#### **4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien Determinasi digunakan untuk menguji kemampuan model yang digunakan dalam menjelaskan hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Dalam pengujian ini dapat dilihat jika 29 hasil nilai koefisien determinasi mendekati angka satu maka variabel independen dinilai dapat memberikan informasi dalam memprediksi variabel dependen.

