

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian analisis kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan Sugiyono (2016) Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh reliabiliti dan promosi terhadap keputusan memilih produk.

#### **B. Objek dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Reliability dan Promosi Melalui Media Sosial terhadap keputusan Memilih Produk penyedia jasa fotografi yaitu *Simple Picture Photography* yang beralamatkan: JL Raya Srikaton 3 Kec. Seputih Surabaya Kab. Lampung tengah. *Simple Picture Photographymemberika* jasa fotografi maupun dokumentasi. Sedangkang waktu penelitian yang dijadwalkan hingga selesai hasil penelitian ini diperkirakan kurang lebih satu bulan, di mulai dari bulan November sampai Desember.

#### **C. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey* yaitu metode yang bertujuan untuk menguji hipotesis dalam bentuk hubungan antar variabel. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS.

##### **1. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau suatu sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2007:2)

Variabel penelitian terdiri dari dua macam yaitu: Variabel Terikat (*Dependent Variable*) atau variabel yang tergantung pada variabel

lainnya, dan variabel bebas (*Independent Variable*) atau variabel yang tidak bergantung pada variabel lainnya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah : Keputusan memilih produk, sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah: Reliability / Keandalan dan Promosi.

a. Variabel Terikat

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah :  
Keputusan memilih Produk dengan indikator sebagai berikut :

- Kemantapan pada sebuah produk (Jasa)
- Memberikan Rekomendasi pada orang lain
- Melakukan Pemilihan ulang

b. Variabel Bebas

Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

1. Reliability

Reliability yang dimaksud adalah suatu kondisi dimana kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya . Memiliki indikator sebagai berikut :

- Kecermatan karyawan dalam melayani pelanggan
- Memiliki standar pelayanan yang jelas
- Kemampuan karyawan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
- Keahlian karyawan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan

2. Promosi

Promosi dalam penelitian ini merupakan kegiatan mengkombinasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran mempengaruhi sikap dan perilaku. Variabel ini diukur dari :

- Periklanan
- Penjualan personal
- Promosi penjualan
- Publisitas dan Hubungan masyarakat
- Pemasaran langsung

**Tabel 3.1 Operasional Variabel**

Variabel	Indikator	Skala
Reliability	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Kecermatan melayani pelanggan</li> <li>2 Standar pelayanan yang jelas</li> <li>3 Menggunakan alat bantu</li> <li>4 Keahlian menggunakan alat bantu</li> </ol>	Likert
Promosi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan</li> <li>2. Penjualan personal</li> <li>3. Promosi penjualan)</li> <li>4. Publisitas dan Hubungan masyarakat</li> <li>5. Pemasaran langsung</li> </ol>	Likert
Keputusan Memilih Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan akan sebuah produk</li> <li>2. Kebiasaan dalam membeli produk</li> <li>3. Melakukan rekomendasi kepada orang lain</li> <li>4. Melakukan pembelian ulang</li> </ol>	Likert

**Tabel 3.3 Kisi – Kisi Pertanyaan**

Variabel	Indikator	No Item
Reliability	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecermatan melayani pelanggan</li> <li>2. Standar pelayanan yang jelas</li> <li>3. Menggunakan alat bantu</li> <li>4. Keahlian menggunakan alat bantu</li> </ol>	1,2,3,4,5, 6,7,8,9,10, 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20
Promosi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan (<i>Advertising</i>)</li> <li>2. Penjualan personal (<i>Personal selling</i>)</li> <li>3. Promosi penjualan (<i>Sales promotion</i>)</li> <li>4. Publisitas dan Hubungan masyarakat (<i>Publicity and Public Relation</i>)</li> <li>5. Pemasaran langsung (<i>Direct marketing</i>)</li> </ol>	1,2,3,4,5, 6,7,8,9,10, 11,12,13,14,15

		16,17,18,19,20
Keputusan Memilih Produk	1. Kemantapan akan sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Melakukan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang	1,2,3,4,5, 6,7,8,9,10, 11,12,13,14,15  16,17,18,19,20

#### D. Teknik Pengumpulan Data

##### 1. Studi Pustaka/Library Research

Teknik pengumpulan data yang diambil dari buku – buku ilmiah, literatur dan sumber lainnya yang memiliki keterkaitan dan hubungan dengan permasalahan yang diteliti untuk menambah beberapa data yang perlu diperjelas dan akan digunakan sebagai landasan teori sebagai pendukung dalam permasalahan yang peneliti angkat.

##### 2. Penelitian Lapangan/Field Research

Metode ini digunakan dalam pengumpulan data, dimana peneliti secara langsung terjun pada proyek penelitian, sedangkan cara yang dipakai dalam penelitian ini yaitu:

- Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2016) Dalam usaha memperoleh data yang dibutuhkan, Metode yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden, dengan harapan responden akan memberikan respon atas pertanyaan tersebut. Pertanyaan yang diberikan kepada responden disertai dengan alternatif jawaban dan responden tinggal memilih salah satu dari alternatif dari jawaban tersebut. Data yang dikumpulkan meliputi:

- Identitas responden
- Data mengenai tanggapan terhadap variabel – variabel yang – mempengaruhi keputusan memilih produk

Penelitian yang dilakukan nantinya akan menggunakan alat bantu berupa kuisioner, yang mana jawaban jawaban responden di proses menggunakan skala likert. Skala likert merupakan metode skala bipolar yang mengukur baik tanggapan positif atau negatif terhadap suatu pernyataan. Responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Biasanya disediakan lima pilihan skala dengan format:

1. Sangat Setuju
2. Setuju
3. Kurang Setuju
4. Tidak Setuju
5. Sangat Tidak Setuju

**Tabel 3.2 Klasifikasi Penilaian Jawaban Kuesioner**

Keterangan	Positif	Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Kurang Setuju	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

- Wawancara  
Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak dan bertatap muka langsung yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Wawancara ini dilakukan secara langsung dengan

pemilik *Simple Picture Photography* untuk mendapat data data penunjang penelitian.

### 3. Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti, karena itu dipandang sebagai sebuah objek penelitian Ferdinand (2006). Dalam penelitian ini populasinya adalah semua masyarakat di kabupaten lampung tengah kecamatan Seputih Surabaya, Kampung sri katon.

### 4. Teknik Pengambilan sampel

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel, untuk sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability sampling* dan *Nonprobability sampling* Sugiyono (2011). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Non probability sampling*. *Non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun tekniknya adalah :

#### a. Sampling Insidental

Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan / incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampe, bila dipandang orang yang kebetulan ditemua itu cocok sebagai sumber data.

## E. Teknik Analisis Data

Dalam sebuah penelitian, peran sebuah data sangatlah penting.data memegang peran sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Penelitian harus mengetahui jenis data apa saja yang diperlukan dan bagaimana mengidentifikasi, mengumpulkan, serta mengolah data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari responden. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan dari dari responden mengenai keputusan memilih terhadap jasa *Simple Picture*

*Photography* yang dilihat dari reliability atau keandalan dan promosi. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung dengan membagi kuesioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen.

## 2. Data Skunder

Data skunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya mendukung dan melengkapi data primer. Data skunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku dan internet yang berhubungan dengan judul ini.

## F. Instrumen Penelitian

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Tujuan metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sebuah data yang telah terkumpul.

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2001).

Langkah selanjutnya adalah secara statistik, angka korelasi yang diperoleh dengan melihat tanda bintang pada hasil skor total, atau membandingkan dengan angka bebas korelasi nilai  $r$  yang menunjukkan valid.

Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package For Social Sciences*), untuk menentukan nomor nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan tabel *rproduct moment*.

Kriteria penilaian uji validitas adalah:

- a. Apabila  $r$  terhitung  $> r$  tabel, maka item kuesioner valid
- b. Apabila  $r$  terhitung  $< r$  tabel, maka item kuesioner tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu dapat diandalkan / dapat dipercaya jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsestien atau stabil dari waktu ke waktu Ghozali (2001). Reliabilitas dianggap reliabel bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  jika rumus yang digunakan adalah rumus *Cronbact Alpha Coefficient*.

Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan komputer program SPSS. Kriteria pengujian reliabilitas adalah:

- a. Apabila koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikan 60% atau 0.6, maka kuesioner tersebut reliabel.
- b. Apabila koefisien Alpha Lebih kecil dari taraf signifikan 60% atau 0.6, maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

## G. Pengujian Persyaratan Analisis

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal Ghozali (2001). Untuk menguji apakah data data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan metode sebagai berikut:

#### a. Metode Grafik

Metode grafik yang handal adalah dengan melihat *Normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal Ghozali (2001). Distribusi normal akan membentuk satu garis diagonal, dan plotting data rasidual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau mengikuti garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Metode statik

Uji statik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari kolmogorov smirnov. Metode pengujian normal tidaknya didistribusikan data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika lebih besar dari alpha 5% maka menunjukkan distribusi data normal.

## H. Pengujian Persamaan

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh reliability dan promosi terhadap keputusan konsumen memilih produk adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda. Regresi berganda dilakukan terhadap model lebih dari satu variabel bebas, untuk diketahui pengaruhnya terhadap variabel terikat Santoso (2000). Pada penelitian ini menggunakan alat bantu program statistik SPSS for windows untuk mempermudah proses pengolahan data data penelitian dari program tersebut akan didapatkan output berupa hasil pengolahandari data yang telah dikumpulkan, kemudian hasil output itu diinterpretasikan dan akan dilakukan analisis terhadapnya. Setelah dilakukan analisis barulah kemudian diambil kesimpulan sebagai sebuah hasil dari penelitian.

Regresi berganda dilakukan untuk mengetahui jauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan memilih produk (jasa) terhadap *Simple Picture Photography*, sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah reliabilitas dan promosi. Model hubungan keputusan memilih produk dan variabel – variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan memilih

X1 = Variabel reliability

X2 = Variabel Promosi

A = Konstanta

b1 = Koefisien regresi variabel reliability

b2 = Koefisien regresi variabel promosi

e = Error

## I. Pengujian Hipotesis

### 1. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui variabel x yang mana berpengaruh terhadap variabel dependent Y. Uji t menguji signifikan pengaruh variabel bebas (x) secara parsial terhadap variabel terkait (Y) yang dapat dihitung :

a. Uji T untuk variabel  $X_1$  terhadap Y

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1}{s\beta_1}$$

Keterangan :

$\beta$  = Koefisien Regresi

$S\beta_1$  = Simpanan Baku  $S\beta_1$

b. Uji T untuk variabel  $X_2$  terhadap Y

$$T_{hitung} = \frac{\beta_2}{s\beta_2}$$

$\beta$  = Koefisien Regresi

$S\beta_2$  = Simpanan Baku  $S\beta_2$  (Sumber. Sigit,2010)

## 2. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel – variabel x secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung [depenen]. Uji F membuktikan apakah terdapat minimal satu variabel Y, Uji tersebut dirumuskan dengan:

$$F_h = \frac{R^2/K}{1-\frac{R^2}{n}-k-1}$$

Keterangan :

Y = Nilai pengamatan

$Y_1$  = Nilai Y yang ditaksir

$Y_1$  = Nilai rata rata pengamatan

N = Jumlah sampel

K = Jumlah variabel independen

F = Koefisien Determinasi

(Sumber. Sigit, 2010)

Setelah dilakukan analisa dan data diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  atau bisa juga dengan memperhatikan signifikansi F lebih kecil atau sama dengan 0.05 atau signifikansi F lebih besar dari 0.05.

Hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Ho = Secara simultan (bersama – sama) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha = Secara simultan [bersama – sama] tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria untuk penerimaan dan penolakan suatu hipotesis adalah :

Nilai  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka hipotesis nol (Ho) diterima dan hipotesis alternatif (Ha) ditolak

Nilai  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima

### 3. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas Sigit (2010). Nilai yang dapat mendekati satu berarti variabel variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

$$R^2 = \frac{JK_{Regresi}}{JK_{total}} = \frac{\sum_{i=1}^n [Y_i - \bar{Y}]^2}{\sum_{i=1}^n [Y_i - Y]^2}$$

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

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

(Sumber: Sigit, 2010)

### J. Hipotesis Statistik

Hipotesis Ststistik merupakan dugaan atau pernyataan yang perlu diuji kebenarannya Sugiyono (2016). Berdasarkan hal tersebut hipotesis penelitian ini adalah :

1.  $H_0 = \beta_1 \leq 0$  : Reliability ( $X_1$ ) Tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih produk (jasa)(Y)  
 $H_a : \beta_1 \geq 0$  : Reliability( $X_1$ ) Berpengaruh terhadap keputusan memilih produk (jasa)(Y)

2.  $H_0 = \beta_2 \leq 0$  : Promosi ( $X_2$ ) Tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih produk (jasa)( $Y$ )  
 $H_a : \beta_2 \geq 0$  : Promosi ( $X_2$ ) Berpengaruh terhadap keputusan memilih produk (Jasa)( $Y$ )
3.  $H_0 = \beta_{12} \leq 0$  : Reliability ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) secara bersama – sama tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih produk (jasa)( $Y$ )
4.  $H_a : \beta_{12} \geq 0$  : Reliability ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan memilih produk (jasa)( $Y$ )