

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Data yang dikumpulkan harus dapat dibuktikan kebenarannya tepat waktu, sesuai dan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh maka jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Data Kuantitatif yaitu data dalam bentuk angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari perhitungan kuesioner yang akan dilakukan yang berhubungan dengan masalah penelitian.

B. Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jl. Tulang Bawang No.2, Imopuro, Kec. Metro Pusat, Kota Metro dengan objek konsumen pada Telkom Metro.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah strategi umum yang dianut dalam pengumpulan data dan analisis data yang diperlukan, guna menjawab persoalan yang diselidiki dan diteliti. Pada penelitian ini alat uji yang digunakan adalah Model Persamaan (*Statistical Product Service Solution-SPSS*).

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Operasional Variabel

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:161) “variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian atau penelitian”. Beberapa ahli mengemukakan tentang devinisi operasional variabel, diantaranya dikemukakan bahwa definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati sehingga apa yang dilakukan oleh peneliti terbuka untuk diuji kembali oleh orang lain.

a. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi penyebab atau mempengaruhi, meliputi faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti,

Dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel bebas adalah : Promosi (X1), Harga Jual (X2), Ketersediaan Jaringan (X3).

1. Variabel Promosi

a. Definisi Konseptual

Promosi merupakan kegiatan mengkombinasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

b. Definisi Operasional

1. Promosi Penjualan
2. Periklanan
3. Tenaga Penjualan
4. Public Relation

2

2. Variabel Harga Jual

a. Definisi Konseptual

Harga merupakan nilai (biasanya dinyatakan dengan uang) yang harus dikorbankan untuk memiliki, menggunakan atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa guna mendapatkan kepuasan.

b. Definisi Operasional

1. Daftar harga
2. Diskon Pembelian
3. Potongan Harga
4. Periode Pembayaran
5. Syarat kredit

3. Variabel Ketersediaan Jaringan

a. Definisi Konseptual

Penyaluran distribusi pemasaran adalah bagaimana produk yang akan kita pasarkan itu bisa dinikmati oleh konsumen. Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan tersebut meliputi keputusan lokasi fisik dimana sebuah jaringan harus didirikan.

b. Definisi Operasional

1. Ketersediaan Jaringan
2. Kecepatan Koneksi
3. Kemudahan akses

4. Keputusan Pembelian

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk.

b. Definisi Operasional

1. Kebutuhan dan Pengenalan
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Pembelian
5. Perilaku Pasca pembelian

2. Adapun Kisi-Kisi Kuesioner penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Kuesioner

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
1	Promosi	1. Promosi Penjualan. 2. Periklanan 3. Tenaga Penjualan 4. Public Relation	1,2,3 4,5,6 7,8,9,10,11,12 13,14,15,16,17,18,19,20
2	Tingkat Harga	1. Daftar Harga 2. Diskon Pembelian 3. Potongan Harga 4. Periode Pembayaran 5. Syarat Kredit	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10,11 12,13,14,15,16 16,17,18 19,20
3	Ketersediaan Jaringan	1. Ketersediaan Jaringan 2. Kecepatan Koneksi 3. Kemudahan Akses	1,2,3,4,5,6,7,8 9,10,11,12,13,14,15 16,17,18,19,20

4	Keputusan Pembelian	<ol style="list-style-type: none">1. Kebutuhan akan pengenalan2. Pencarian informasi3. Evaluasi alternatif4. Pembelian5. Perilaku pasca pembelian	1,2,3,4 5,6,7,8 9,10,11,12 13,14,15,16 17,18,19,20
---	---------------------	---	--

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2005:72) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di Telkom Indihome Metro.

b. Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel dari suatu populasi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Telkom Metro. Dalam pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik *Accidental Sampling* supaya memperoleh sampel representatif. Menurut Sugiyono (2015:156) *Accidental Sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Dalam penelitian ini di dapat sebanyak 96 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian yang dilakukan penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian pustaka (*Library Research*) adalah penelitian dengan cara pengumpulan dan mempelajari data yang berasal dari literatur dan karya ilmiah yang berhubungan dengan topik penelitian ini.
2. Penelitian lapangan (*Field Research*) adalah penelitian dengan cara mengadakan penelitian langsung terhadap perusahaan yang terjadi objek penelitian untuk mendapatkan data-data dan informasi yang dibutuhkan dengan melakukan pengamatan dan pengumpulan data. Penelitian lapangan dilakukan dengan cara :
 - a. Metode Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengalir atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip dari komunitas yang diteliti.

- b. Metode angket atau kuesioner adalah sebuah alat pengumpulan data yang nantinya data tersebut akan diolah untuk menghasilkan informasi tertentu, Menurut Husein Umar (2003:101). Dengan pertanyaan melalui angket tertulis responden lebih bebas untuk menjawab karena tidak berhadapan langsung dengan penanya.

Tabel 3.2 Nilai dan Kategori Jawaban Kuesioner

Nilai	Kategori
A	5
B	4
C	3
D	2
E	1

- c. Metode Wawancara merupakan proses interaksi atau komunikasi secara langsung antara pewawancara dengan responden, menurut Eko Budiarto (2003:40) data yang dikumpulkan bersifat :
- 1.Fakta, misalnya umur, pendidikan, pekerjaan, penyakit yang diderita.
 - 2.Sikap, misalnya sikap yang diberikan ke konsumen.
 - 3.Pendapat, misalnya pelayanan yang diberikan oleh pegawai.
 - 4.Keinginan, misalnya pelayanan perizinan yang diinginkan.
 - 5.Pengalaman, misalnya penggalan yang pernah dilakukan pegawai.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data diperlukan guna mengetahui apakah data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Beberapa teknik analisis data menuntut persyaratan analisis :

1. Pengujian Persyaratan Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas berhubungan dengan suatu perubahan mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas penelitian menyatakan derajat ketetapan alat ukur penelitian terhadap isis sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah :

Uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur.

Menurut Sugiyono (2010) untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah Product Moment dari Pearson, sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = banyaknya sampel

X = skor tiap item

Y = skor total variabel

$\sum X$ = jumlah skor item

$\sum Y$ = jumlah skor total

Kemudian hasil dari rxy dikonsultasikan dengan harga kritis product moment (r tabel), apabila hasil yang diperoleh rhitung > rtabel, maka instrumen tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghazali (2013) “menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari perubahan atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Hasil pengujian dapat dikatakan reliabel apabila *Cronbach Alpha* sebagai berikut >0,60 yaitu :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right) 1 - \left[\frac{\Sigma ab^2}{abt^2}\right]$$

r_{11} = realibilitas instrument / koefisien reliabilitas

K = banyaknya butir pertanyaan / banyaknya soal

$\sum a_{bt^2}$ = jumlah varians butir

a_{bt^2} = varians total

2. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2013:160) Mengemukakan bahwa Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *kolmograf smirnov* jika hasil angka signifikansi (sig) lebih rendah dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal, tetapi jika lebih 0,05 maka data didistribusikan normal.

b. Uji Linieritas

Setelah data yang diperoleh sudah normal selanjutnya diuji dengan uji linieritas. Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Sugiyono dan Susanto (2015:323). Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah :

1. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear.
2. Jika nilai probabilitas < 0.05 maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linear.

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogen atau tidak, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa dari dua atau lebih kelompok data adalah sama. *Sugiyono (2014: 2)*.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Hasan Ali (2008), analisis linier berganda adalah variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga, dan seterusnya, variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linier. Penambahan variabel bebas ini diharapkan dapat lebih menjelaskan karakteristik hubungan yang terabaikan. Berikut rumus analisis regresi linier berganda adalah :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

Y = variabel terikat

a = konstanta

b₁ = koefisien regresi variabel promosi

b₂ = koefisien regresi variabel harga jual

b₃ = koefisien regresi variabel ketersediaan jaringan

x₁ = promosi

x₂ = harga jual

x₃ = ketersediaan jaringan

e = *standard error*

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian dimaksudkan untuk mengetahui secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dikatakan berpengaruh signifikan apabila $\leq \alpha$ (0,05) menggunakan rumus :

$$\text{Hitung} = \frac{b}{\partial b}$$

Keterangan :

b = koefisien regresi variabel independen

∂b = standar defisiensi koefisien regresi variabel independen hasil uji t dapat dilihat pada output coefficient dari hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 22.

b. Uji Silmutan (Uji f)

Uji F pada prinsipnya bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel independent atau lebih secara simultan (bersama) terhadap variabel dependent dapat dikatakan signifikan apabila nilai sig $\leq \alpha$ (0,05). Dengan menggunakan rumus

$$x = \frac{\sum(Y-Y_1)^2/K}{\sum(Y-Y_2)^2/(N-K-1)}$$

Dimana :

Y = nilai pengamatan

Y_1 = nilai yang ditaksir

Y_2 = nilai rata-rata pengamatan

N = jumlah sampel

K = jumlah variabel independent

F = koefisien determinasi

Hasil uji f dapat dilihat pada output dari hasil analisis linier berganda menggunakan SPSS 22.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2010:184) koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh variabel-variabel dependen dalam menjelaskan variabel dependen yang sangat terbatas. Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi total dalam variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen secara bersama-

sama, dan besarnya berpengaruh yang disebabkan oleh variabel lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD : R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi

4. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik merupakan dugaan pernyataan yang perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan hal tersebut hipotesis penelitian ini adalah :

1. Pengujian pengaruh X_1 terhadap Y

$H_0 : \beta_1 \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \beta_1 \geq 0$ = Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap Keputusan pembelian.

2. Pengujian pengaruh X_2 terhadap Y

$H_0 : \beta_2 \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan tingkat harga terhadap keputusan pembelian.

$H_0 : \beta_2 \geq 0$ = Terdapat pengaruh yang signifikan tingkat harga terhadap keputusan pembelian.

3. Pengujian pengaruh X_3 terhadap Y

$H_0 : \beta_3 \leq 0$ = Tidak dapat pengaruh yang signifikan ketersediaan jaringan terhadap keputusan pembelian.

$H_0 : \beta_3 \geq 0$ = Terdapat pengaruh signifikan ketersediaan jaringan terhadap keputusan pembelian.

4. Pengujian pengaruh $X_1 X_2 X_3$ terhadap Y

$H_0 : \beta_1 : \beta_2 : \beta_3 : \beta_4 \leq 0$: Tidak dapat pengaruh yang signifikan promosi, harga, dan ketersediaan jaringan terhadap keputusan pembelian.

$H_0 : \beta_1 : \beta_2 : \beta_3 : \beta_4 \geq 0$: Terdapat pengaruh yang signifikan promosi, harga, dan ketersediaan jaringan terhadap keputusan pembelian.