

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sugiyono (2015) menyatakan bahwa analisis kuantitatif adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis yang digunakan adalah penelitian kausalitas adalah jenis penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel-variabelnya. Dalam penelitian ini akan melihat pengaruh iklan, kemudahan penggunaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari lapangan atau yang diperoleh dari responden yaitu pengguna kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuesioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode studi Lapangan (*field research*). Sugiyono (2018) menyatakan bahwa studi Lapangan (*field research*), adalah teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. lapangan penelitian untuk memperoleh data yang

berkaitan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan kuesioner secara tertutup yang didistribusikan menggunakan secara online melalui *google form* kepada pengguna kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung . Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah interval. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

SS	Sangat Setuju	Skor 5
S	Setuju	Skor 4
CS	Cukup Setuju	Skor 3
TS	Tidak Setuju	Skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sumber: Lupiyoadi (2015)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang diterapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung tahun 2020-2022 berjumlah 3590 pengguna

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa Sampel adalah sebagian dari populasi yang sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian pengguna kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Melihat iklan kartu by.U Telkomsel
2. Menggunakan kartu by.U Telkomsel minimal 1 bulan
3. Generasi Z (Tahun kelahiran 1995 – 2010)

Penelitian ini populasi yang diambil menggunakan rumusan penentuan yang dinyatakan oleh slovin dengan batas kesalahan 10% rumus perhitungan ukuran sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen ketidak telitian yang masih dapat ditolerir sebesar 1-10%,

Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah:

$$= \frac{3590}{1 + (3590) \cdot (0,10)^2} = \frac{3590}{36,9}$$

$$= 97,29 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa variabel independen (bebas) adalah variabel stimulus, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah iklan, kemudahan penggunaan dan kualitas produk

3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah keputusan pembelian

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Oprasional	Indikator	Skala
Iklan (X1)	Amrullah dan Yulihardi (2020) menyatakan bahwa iklan didefinisikan sebagai bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasari pada informasi keunggulan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian	Kegiatan dilakukan by.U untuk menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada konsumen melalui media	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat Menimbulkan Perhatian 2. Menarik 3. Dapat Menimbulkan Keinginan 4. Menghasilkan Suatu Tindakan 	Interval
Kemudahan penggunaan (X2)	Sari (2022) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan didefinisikan sejauh mana kepercayaan seseorang terhadap suatu produk atau sistem, bahwa sistem yang digunakan akan sedikit atau bahkan bebas dari usaha.	Tingkat kemudahan yang dihadirkan by.U untuk memenuhi kebutuhan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah Dipelajari 2. Mudah Untuk Dikontrol 3. Fleksibel 4. Mudah Digunakan 5. Dapat Dipahami Dan Jelas 	Interval

Kualitas Produk (X2)	Hartini dan Syaekhun (2022) menyatakan bahwa kualitas produk kualitas produk adalah kemampuan suatu barang atau jasa untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan	Kapasitas kartu by.U dalam memenuhi kebutuhan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Tampilan 3. Keandalan 4. Kesesuaian dengan spesifikasi 5. Daya tahan 6. Pelayanan 7. Estetika 8. Kualitas yang dipersepsikan 	Interval
Keputusan Pembelian (Y)	Maulidiyah dan Arsyianto (2020) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.	Proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli kartu by.U	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada suatu produk 2. Kebiasaan membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang 	Interval

Sumber : Data Diolah, 2023

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji validitas adalah uji kelayakan instrumen. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Fungsi dari uji validitas adalah untuk menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrument sebagai alat ukur variabel penelitian instrument. Dalam pengujian validitas *product moment pearson correlation* instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21.

1. Prosedur pengujian :

Ho : Instrumen valid

Ha : Instrumen tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka Instrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka Instrumen dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Dalam penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21.

Kriteria Pengujian :

1. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten
3. Menentukan kesimpulan dan hasil.

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS versi 21. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

H₁ : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila Sig < 0.05 maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila Sig > 0.05 maka Ho diterima (distribusi sampel normal)

3.8.2 Uji Linieritas Sampel

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 21, dengan melihat tabel Anova atau sering disebut *Test for Linearity*. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

H_0 = Model regresi berbentuk linear.

H_1 = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 maka H_0 diterima.

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka H_0 ditolak

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Ada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 21. Batas dari *tolerance value* > 0,1 atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas

2. Jika nilai *tolerance* < 0,1 maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai *tolerance* > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas

3. Penjelasan kesimpulan

3.9 Metode Analisis Data

Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen yaitu iklan, kemudahan penggunaan dan kualitas produk yang mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 21. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_t$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

β = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X1 = Variabel independen (Iklan)

X2 = Variabel independen (Kemudahan Penggunaan)

X3 = Variabel independen (Kualitas Produk)

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

1. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian

Ho: iklan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung

Ha: iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian

Ho: kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung

Ha: kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Ho:kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung

Ha:kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $sig < 0,05$ maka Ho ditolak
2. Jika nilai $sig > 0,05$ maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

3.10.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya

Pengaruh Iklan, Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Ho:iklan, kemudahan penggunaan dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung

Ha:iklan, kemudahan penggunaan dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
2. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.