

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2017), penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Hubungan kausal merupakan hubungan yang sifatnya sebab-akibat, salah satu variabel (independen) mempengaruhi variabel yang lain (dependen). Penelitian asosiatif menggunakan teknik analisis kuantitatif atau statistik. Penelitian data kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Definisi lain menyebutkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian pula pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, tabel, grafik, atau tampilan lainnya.

#### **3.2 Sumber data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sugiyono (2016) mengatakan bahwa data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh penelitian untuk menjawab masalah suatu tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif,

maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui kuesioner dalam *google form* yang diberikan kepada pelanggan atau masyarakat yang menggunakan Biznet pada kantor cabang Bandar Lampung.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan metode survei. Metode survei merupakan suatu hal yang mempelajari dalam proses pengambilan sampel unit individu dari suatu populasi dan teknik terkait pengumpulan data survei, seperti pembuatan kuesioner dan metode untuk meningkatkan jumlah dan akurasi tanggapan dalam survei. Metode ini mencakup instrumen atau prosedur yang berisikan satu atau lebih pertanyaan yang mungkin atau mungkin tidak dijawab.

Instrument atau alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner. Kuesioner merupakan instrumen penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan untuk tujuan mengumpulkan informasi dari responden. Kuesioner dapat dianggap sebagai semacam wawancara tertulis. Metode kuisioner beragam: dapat dilakukan tatap muka, telepon, komputer, atau pun sosial media. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada pelanggan atau masyarakat yang menggunakan Biznet pada kantor cabang Bandar Lampung.

Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala interval. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

**Tabel 3.1**

#### **Perhitungan Menggunakan Tipe *Interval***

<b>Skala Pengukuran</b>	<b>Skor</b>	<b>Skala</b>
Sangat Setuju (SS)	5	Interval
Setuju (S)	4	
Cukup Setuju (CS)	3	
Tidak Setuju (TS)	2	
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	

Sumber: Sugiyono (2017)

### 3.4 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan internet biznet yang tinggal di kota Bandar Lampung sebanyak 792 orang.

### 3.5 Sampel

Sedarmayanti dan Hidayat (2011) menyatakan bahwa sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana sampel yang diambil atas dasar pertimbangan tertentu.

Adapun kriteria sampel yang diinginkan sebagai berikut:

1. Pelanggan Biznet yang sudah menggunakan layanan internet Biznet lebih dari 3 bulan.
2. Berdomisili di kota Bandar Lampung.

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin:

Rumus:

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

Keterangan:

N : Jumlah Populasi

n : Jumlah Sampel

e : Batas toleransi kesalahan

maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{792}{1 + 792 (0,1)}$$

$$n = 88,79$$

Berdasarkan perhitungan pengambilan sampel di atas diperoleh bahwa sampel penelitian ini sejumlah 88,79, yang kemudian dibulatkan menjadi 89 responden.

### 3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu berbentuk apa aja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga di peroleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2016). Berikut penjelasan variabel di bawah ini:

#### 3.6.1 Variabel Indenpenden (X)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antendent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. variabel bebas Menurut Sugiyono (2016) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel indenpenden dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan citra merek (X2).

#### 3.6.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output kriteria konsekuen. Variabel dependen atau variabel terikat. adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi sebab akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian Biznet.

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkap dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis secara nyata dalam lingkup objek

yang diteliti dan bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang diteliti. Definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel.

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Konsep Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. (Lupiyoadi, 2014)	Persepsi para konsumen atas layanan yang benar-benar diterima dan diberikan oleh penyedia jasa karyawan/ kinerja Biznet cabang Bandar Lampung.	1. Bukti fisik 2. Empati 3. Kehandalan 4. Daya tanggap 5. Jaminan (Lupiyoadi, 2014)	Interval
Citra Merek (X2)	Citra merek merupakan suatu anggapan pembeli yang muncul berdasar intuisi di benak pembeli sewaktu melihat langsung (visual) serta mengingat kembali dari suatu merek yang telah dikenali sebelumnya. (Firmansyah, 2019).	Pemikiran masyarakat tentang layanan Biznet yang telah mereka kenal dan telah mereka gunakan baik mengenai kekurangan maupun kelebihan.	1) Merek dikenal oleh masyarakat luas. 2) Merek menambah citra diri penggunanya. 3) Merek memiliki ciri khas yang berbeda dengan merek lain. (Low dan Lamb dalam Dedhy Pradana (2017))	Interval
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu proses pengenalan masalah oleh konsumen yang dilanjutkan dengan pencarian informasi mengenai produk atau merk tertentu yang dianggap dapat menyelesaikan masalahnya dan mengevaluasinya terlebih dahulu yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian. (Tjiptono, 2018)	Keyakinan konsumen dalam melakukan tindakan menentukan layanan internet yang dianggap paling sesuai dari beberapa ISP serupa untuk melakukan pembelian.	1. Kemantapan dalam membeli produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang (Kotler & Keller (2020) dalam Dian Mardiana dan Rosdiana Sijabat (2022))	Interval

### 3.8 Uji Persyaratan Instrumen

Menurut Sugiono (2016) instrumen penelitian pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena social maupun alam.

#### 3.8.1 Uji Validitas Instrumen

Menurut Sugiono (2016) Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Metode uji kevalidan yang digunakan adalah Korelasi *Product Moment* yang dihitung melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 25.0*). Prosedur pengujian adalah dengan membandingkan nilai  $r_{\text{hitung}}$  dengan  $r_{\text{tabel}}$  dan probabilitas (sig) dengan  $r_{\text{tabel}}$ . Metode uji kevalidan yang digunakan adalah *Korelasi Product Moment* dengan kriteria sebagai berikut:

Kriteria pengujian untuk uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi dengan nilai alpha (0,05).

1. Jika nilai  $\text{Sig} \leq 0,05$  (alpha) maka instrumen dinyatakan valid.
2. Jika nilai  $\text{Sig} > 0,05$  (alpha) maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 25.0

#### 3.8.2 Uji Reliabilitas Instumen

Menurut Sugiono (2016) uji reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabel artinya dapat dipercaya, untuk mengetahui tingkat reliabel data hasil penyebaran kuesioner digunakan rumus Alpha Cronbach yang dihitung melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*). Reliabel artinya dapat dipercaya, untuk mengetahui tingkat reliabel kuisisioner maka digunakan rumus Alpha Cronbach berikut ini:

Prosedur pengujian yang dilakukan adalah:

Bila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 0,05 maka instrumen dikatakan reliabel.

Bila  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 0,05 maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

**Tabel 3.2**  
**Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Kolerasi**

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000-1,0000	Sangat tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Cukup
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat Rendah

*Sumber: Sugiyono (2014)*

### 3.9 Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.9.1 Uji Normalitas Data

Menurut Rambat Lupiyoadi dan Ridho Barmulya Ikhsan (2015) uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis apakah penyebarannya normal atau tidak, maka kita tidak dapat menggunakan analisis parametric melainkan menggunakan analisis non-parametrik. Namun ada solusi lain jika data tidak berdistribusi normal, yaitu dengan menambah lebih banyak jumlah sampel. Penggunaan uji Kolomogrof-Smirnov atau uji K-S termasuk dalam golongan non-parametrik karena peneliti belum mengetahui apakah data yang digunakan termasuk data parametrik atau bukan. Pada uji K-S data dikatakan normal apabila nilai  $Sign > 0.05$ .

Prosedur pengujian:

1.  $H_0$  : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.  
 $H_a$  : Data berasal dari populasi tidak berdistribusi normal.
2. Apabila nilai (sig)  $< 0.05$  berarti sampel tidak normal.  
Apabila nilai (sig)  $> 0.05$  berarti sampel normal.

3. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 25.0).

### 3.9.2 Uji Linieritas

Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015) Uji linieritas yaitu untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi ataupun regresi linier dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi lebih dari 0.05. dengan kata lain, uji linieritas dalam pengujian asumsi regresi dapat terpenuhi, yaitu variabel Y merupakan fungsi linier dari gabungan variabel-variabel X.

Prosedur pengujian:

1.  $H_0$  : Model regresi berbentuk linier.  
 $H_a$  : Model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas ( $\text{sig}$ )  $> 0.05$  maka  $H_0$  diterima.  
Jika probabilitas ( $\text{sig}$ )  $< 0.05$  maka  $H_0$  ditolak.
3. Kesimpulan Pengujian normalitas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0).

### 3.10 Metode Analisis Data

Sugiono (2016) menyatakan bahwa Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Analisis ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel terikat (Y) terhadap dua atau lebih variabel (X) dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

Y : Keputusan pembelian

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Citra merek

A : Konstanta

b1,b2 : Koefisien regresi

### 3.10.1 Uji Hipotesis

Agar dapat diketahui apakah diantara variabel ada yang mempunyai pengaruh harus dilakukan pengujian hipotesis.

#### 3.10.1.1 Uji t (Uji Parsial)

##### 1. Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) terhadap Keputusan pembelian (Y) Biznet

- a. Ho = Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) Biznet
- b. Ha = Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) Biznet

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- 1) Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka Ho ditolak.
- 2) Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka Ho diterima

##### 2. Citra merek (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan pembelian (Y) Biznet

- a. Ho = Citra merek (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) Biznet
- b. Ha = Citra merek (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) pada biznet

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- 1) Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka Ho ditolak.
- 2) Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka Ho diterima.

### 3.10.1.2 Uji F (Uji Simultan)

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Citra merek (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) pada biznet**

- a.  $H_0$  = Kualitas Pelayanan (X1) dan Citra merek (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) pada biznet
- b.  $H_a$  = Kualitas Pelayanan (X1) dan Citra merek (X2) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) pada biznet

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

1. Membandingkan hasil perhitungan f dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Jika nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
  - b. Jika nilai  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
2. Menentukan nilai titik kritis untuk f table pada  $db_1 = k$  dan  $db_2 = n - k - 1$
3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Jika nilai sig  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
  - b. Jika nilai sig  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima
4. Menentukan kesimpulan uji hipotesis.