

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Analisis kuantitatif adalah suatu analisis data yang dilakukan setelah data penelitian tersebut diolah baik secara manual atau dengan bantuan komputer (Danang Sunyoto, 2016:104).

Menurut Sugiyono (2016:2) Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, dan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris, dan sistematis. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian asosiatif atau penelitian berdasarkan hubungan yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih dan penelitian ini mempunyai hubungan kausal (*causal research*). Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab-akibat yaitu variabel independen dan variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistika yang digunakan untuk menguji variabel kualitas pelayanan (X_1) dan variabel promosi (X_2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

3.2 Sumber Data

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder.

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus. Jenis data yang digunakan adalah data dari hasil survey langsung ke PT STAR ON THE ROCK Bandar Lampung.

3.2.2 Data Sekunder

Data yang diperoleh dari objek penelitian dan data-data jurnal, surat kabar, internet atau melalui dokumentasi bertujuan untuk mengetahui konsep konsep yang berkaitan dan mendukung penelitian.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:137) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.3.1 Dokumentasi (Survey)

Dokumentasi yaitu pengambilan data secara langsung maupun terhadap objek penelitian mengenai masalah yang diteliti

3.3.2 Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui pengisian kuesioner secara langsung terhadap responden yang telah ditentukan sebagai sampel penelitian. Data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert (1,2,3,4,5). Dalam skala likert, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pilihan dimana setiap item pertanyaan disediakan 5 jawaban.

Skala Nilai Alternatif Jawaban Kuesioner

Alternatif jawaban	Skala Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Kurang Setuju (KS)	2
Tidak Setuju (TS)	1

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah 4075 pelanggan di PT. STAR ON THE ROCK (Karaoke Keluarga) di Bandar Lampung. Perhitungan jumlah populasi didapat dengan cara mengkalikan kapasitas ruangan karaoke dengan jumlah transaksi ruangan per bulannya.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dengan meneliti sebagian dari populasi, penelitian mengharapkan bahwa hasil yang didapat menggambarkan sifat dari populasi yang diteliti. Teknik yang digunakan dalam sampel ini adalah teknik *accidental sampling* dimana satuan sampling yang diperoleh secara sembarang atau kebetulan ada pada saat penelitian berlangsung (Sugiyono 2016, p.85). Penelitian menggunakan rumusan penentu ukuran sampel yang dinyatakan oleh *Slovin* (Husien Umar, 2003:165) dengan batas kesalahan 10%. Rumus menghitung ukuran sampel adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n: Besarnya sampel

N: Ukuran populasi

e: Persen kelonggaran ketidakteelitian

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya sampel adalah :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)} = \frac{4.075}{1 + (4.075 \times (0,1)^2)} = \frac{4.075}{41,75} = 97,6 = 98 \text{ responden}$$

Berdasarkan penghitungan di atas, maka sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 98 responden. Guna melengkapi dan menyempurnakan penelitian ini, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang. Jumlah tersebut ditetapkan dengan maksud untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak terisi lengkap atau jawaban responden yang kurang sesuai dengan pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner penelitian untuk responden dari populasi pengunjung PT. STAR ON THE ROCK (Karaoke Keluarga) di Bandar Lampung.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:38) variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya.

3.5.1 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan promosi (X2).

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.6 Definisi Operasional

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Kotler dan Keller (2009:143) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.	Pelayanan yang diberikan oleh petugas kepada konsumen guna meningkatkan jumlah pembelian konsumen	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tangibles</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Empathy</i> 	<i>Ordinal</i>
Promosi (X2)	Promosi menurut Kotler (2010:426) promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan antar perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran agar membelinya.	Kegiatan untuk meningkatkan jumlah pembelian konsumen terhadap jasa yang disediakan perusahaan terutama dalam promosi penjualan	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Frekuensi Penjualan</i> - <i>Kualitas Promosi</i> - <i>Ketepatan Waktu</i> - <i>Kesesuaian sasaran konsumen</i> 	<i>Ordinal</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler (2009:184) keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk.	Suatu keputusan yang diambil oleh seorang konsumen untuk membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa yang diberikan	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Kebutuhan Publik</i> - <i>Manfaat</i> - <i>Sikap orang lain</i> - <i>Kepuasan</i> 	<i>Ordinal</i>

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Dalam penelitian ini yang diukur adalah variabel X yaitu kualitas pelayanan (X1), promosi (X2), dan variabel Y yaitu keputusan pembelian konsumen. Uji persyaratan instrument penelitian menguji validitas dan reliabilitas.

3.7.1 Uji Validitas Angket atau Kuisisioner

Menurut Arikunto (2010:211) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument. Sesuatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuisisioner yang langsung diberikan kepada konsumen PT. STAR ON THE ROCK. Uji validitas dalam penelitian ini, menggunakan *product moment* pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 (*Statistical Program and service Solution seri*).

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah Sampel (responden)

X = Skor variabel X

Y = Skor variabel Y

Kriteria uji validitas instrumen ini adalah :

Menentukan nilai probabilitas (sig) pada nilai sebesar 0,05 (5%)'

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak.

3.7.2 Uji Reliabilitas Angket atau Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2016:122) pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur data memberikan hasil relatif

konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama, fungsi dari uji reabilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kuisisioner (angket) tersebut. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrument yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuisisioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas Realiabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikaitkan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya.

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0. Uji realibitas menggunakan rumus *Alpha cronbach* yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sum \sigma^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

K = banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$ = jumlah varian skor tiap item

σ^2 =varians total

Selanjutnya untuk menginteprestasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi:

Tabel 3.2
Inteprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2016, p.184)

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Uji normalitas sampel digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari jumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Uji normalitas pada penelitian ini penulis menggunakan program SPSS 21.0 (*Statistical Program and service Solution seri*).

Rumusan hipotesis:

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

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 Homogenitas Sampel

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi bervariasi homogen atau tidak. Uji homogenitas pada penelitian ini penulis menggunakan program SPSS 21.0 (*Statistical Program and service Solution seri*).

Rumusan Hipotesis :

Ho : Varians populasi adalah homogen.

Ha : Varians populasi adalah tidak homogen.

Kriteria pengambilan keputusan :

1. Jika probabilitas (Sig) $< 0,05$ maka (α) Ho ditolak.(tidak homogen)

2. Jika probabilitas (Sig) $> 0,05$ maka (α) Ho diterima.(homogen)

3.9 Metode Analisis Data

Sugiyono (2016:147) menyatakan bahwa metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan seluruh responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis telah diajukan. Maka penelitian ini metode analisis yang di gunakan adalah Regresi Linier Berganda.

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Promosi (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 21.0. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

A = nilai kostanta

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Promosi

b_1 = koefisien regresi kualitas pelayanan (X_1)

b_2 = koefisien regresi promosi (X_2)

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

H_0 : Kualitas Pelayanan (X_1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y).

Ha: Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

2. Pengaruh Promosi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

H_0 : Promosi (X_2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Ha: Promosi (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

3.10.2 Uji F

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Promosi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

H_0 : Kualitas Pelayanan (X_1) dan Promosi (X_2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Ha: Kualitas Pelayanan (X_1) dan Promosi (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Membandingkan hasil penelitian F dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 - b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_0 ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis untuk F tTabel pada $db_1 = k$ dan $db_2 = k-1$
3. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis