

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metodologi kuantitatif, yaitu manfaat perubahan yang dapat dikomunikasikan dalam bentuk angka (*scoring*). *Eksplorasi* kuantitatif adalah penelitian yang pemeriksaannya pada umumnya bertujuan untuk penyelidikan faktual, dengan cara ini dalam *eksplorasi* kuantitatif memperkirakan dampak samping terhadap pendapatan yang besar, sehingga pengumpulan informasi dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan (*survei*) yang terorganisir yang disusun berdasarkan pandangan. estimasi faktor-faktor yang terkonsentrasi yang kemudian menciptakan informasi kuantitatif.

Dengan *eksplorasi* ini, sebuah hipotesis dapat dibuat yang dapat berfungsi untuk memahami, meramalkan dan mengendalikan suatu keanehan. Dalam *eksplorasi* ini, metode dan tipe tersebut digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh teknologi khusus dan kualitas layanan terhadap minat beli konsumen.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah seluruh kualitas, baik hasil perhitungan maupun estimasi secara subyektif dan kuantitatif, bukan kualitas-kualitas tertentu sehubungan dengan kumpulan barang-barang yang sudah selesai dan jelas. Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono, (2019) populasi adalah suatu wilayah yang diringkas yang terdiri dari benda-benda atau subyek yang

mempunyai ciri-ciri dan kualitas tertentu yang tidak ditentukan oleh para ilmuwan untuk dikonsentrasi dan kemudian diambil keputusannya. Jadi jumlah konsumen dalam pemeriksaan ini adalah tamu yang ada di toko Purwodadi pada bulan Januari 2023 sampai dengan sekarang Juli 2023, dimana populasi pembeli diperoleh dari pertemuan langsung dengan pemilik sebanyak 313 orang.

3.2.2 Sampel

Sampel itu penting untuk jumlah dan atribut masyarakat. Contoh dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, dan kuesioner dibagikan secara acak menggunakan teknik *sampling* yaitu *sampling random* sederhana (*simple random sampling*). *Sample random sampling* adalah suatu teknik pengumpulan data sampel dari seluruh individu responden yang dilakukan secara sembarangan tanpa memusatkan *strata* yang ada di dalam individu responden. Penentuan kuantitas sample (responden) menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut:

Dimana:

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

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel pengunjung sebagai berikut:

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

$$n = \frac{313}{1 + 453(0,5)^2}$$

$$n = \frac{313}{1 + 453(0,0025)}$$

$$n = \frac{313}{1 + 2,1325}$$

$$n = \frac{313}{3,1325}$$

$$n = 99,9201915$$

Dalam ulasan ini, taraf yang digunakan adalah 5% sebagai titik puncak pengujian kesalahan, jadi berdasarkan persamaan ini jumlah perkiraan dari populasi hampir sama dengan pembeli, contoh dalam ulasan ini adalah (n) 99,92, Namun karena porsi subjeknya tidak sedikit, maka dikumpulkan menjadi 100 responden.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Sumber dan jenis data terbagi menjadi 2 (dua) yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari realita apa yang terjadi di lapangan secara objektif melalui wawancara, observasi dan penyebaran

kusioner. Data primer dalam penelitian ini yaitu dengan menyebar kuesioner.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah jadi atau data yang sudah ada sebagai hasil penelitian orang lain, namun perlu dianalisa kembali sebagai pelengkap data primer atau objek yang diteliti. Data ini bisa diperoleh melalui buku, atau jurnal ilmiah lainnya.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang substansial diperlukan strategi pengumpulan informasi yang tepat. Arikunto (2020) mengatakan pengumpulan informasi adalah memperhatikan faktor-faktor yang dikonsentrasi pada pemanfaatan strategi jajak pendapat dan persepsi.

3.4.1 Angket (*Quesioner*)

Menurut Sugiyono (2019), survei adalah suatu prosedur pengumpulan informasi yang dilakukan dengan memberikan sekumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Survei atau jajak pendapat pada umumnya diputuskan untuk mengumpulkan informasi, jajak pendapat atau survei mempunyai beberapa manfaat sepanjang strategi dan teknik perolehannya mengikuti prasyarat. Arikunto (2020), memberikan metodologi dalam pemesanan survei, yaitu:

- a) Merumuskan tujuan yang diingin dicapai dengan kuesioner.
- b) Mengidentifikasi variabel yang akan dijadikan sasaran kuesioner.
- c) Menjabarkan variabel menjadi sub-variabel yang lebih spesifik.

- d) Menentukan jenis data yang akan dikumpulkan dan menentukan teknik analisisnya.

3.4.2 Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara ilmuwan terjun langsung ke lapangan untuk memperhatikan dan mengumpulkan informasi. Persepsi ini dilakukan untuk mendapatkan data bidang unit khusus, latihan pembuatan, perangkat keras dan kerangka pendukung lainnya. Persepsi tidak hanya terbatas pada individu saja, namun juga pada benda-benda biasa lainnya. Menurut Sugiyono (2019), dalam proses pengumpulan informasi, persepsi dapat dibedakan menjadi dua, antara lain:

- a. *Participant observation* (observasi berperan serta) Dalam persepsi ini, ilmuwan secara langsung terlibat dengan kegiatan sehari-hari individu yang diperhatikan atau digunakan sebagai sumber informasi penelitian.
- b. *Non participant observation* Dalam persepsi ini ia tidak terlibat dan hanya menjadi penonton otonom. Jadi dalam penelitian ini analis memanfaatkan persepsi non-anggota yang terorganisir. Persepsi terorganisir adalah persepsi yang telah direncanakan secara metodis, berkenaan dengan apa yang akan diperhatikan, kapan dan dimana.

3.4.3 Wawancara

Strategi wawancara adalah pertukaran yang dilakukan oleh seorang penanya (*Questioner*) untuk mendapatkan data, informasi yang jelas dan lebih lengkap dari orang yang diwawancarai, ahli mengajukan pertanyaan secara

lugas kepada responden sekaligus mengarahkan penjelajahan di Warwershop Kota Purwodadi, untuk dijadikan sebagai starter review.

3.4.4 Instrumen penelitian

Instrument merupakan alat untuk mengumpulkan data, dapat juga diartikan sebagai alat ukur, dalam penelitian ini menggunakan questioner atau angket dan observasi namun Sebagian besar menggunakan angket sebagai instrumennya Questioner dipilih karena mempunyai keuntungan, yaitu:

- a) Dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden.
- b) Dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing dan menurut waktu responden.
- c) Dapat dibuat anonim sehingga responden bebas, jujur dan tidak malu menjawab.
- d) Dapat dibuat terstandar sehingga bagi semua responden dapat diberi pertanyaan yang sama.

Polling yang digunakan dalam pemeriksaan ini merupakan survei tertutup yang saat ini bersifat pilihan jawaban sehingga responden tidak menambah jawaban lain dan mempermudah penanganan informasi. Jajak pendapat ini menggunakan Skala Likert, yaitu skala psikometri yang sering digunakan dalam penelitian teknik belajar dan digunakan untuk mengkomunikasikan mentalitas atau anggapan tentang suatu kekhasan.

Skala polling menggunakan reaksi dimana setiap reaksi mempunyai nilai yang ditunjukkan oleh tingkatannya. Skala yang digunakan terdiri dari lima, yaitu:

Tabel 3.1**Skala Likert**

JAWABAN	SIMBOL	SKOR
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.5 Definisi Operasional Variabel

Dalam ulasan ini, arti fungsional dari faktor digunakan. Arti fungsional dari faktor-faktor yang digunakan dalam pemeriksaan ini adalah sebagai berikut, dengan faktor otonom berupa faktor waktu terbatas prosedur dan kualitas administrasi, sedangkan variabel ketergantungannya adalah minat beli.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER
1	Strategi promosi merupakan sebuah ide dalam memberikan pencerahan atau mencerahkan pelanggan tentang suatu barang (variabel bebas)	<ul style="list-style-type: none"> • Periklanan(<i>Advertisig</i>) • Promosi penjualan (<i>Sales Promotion</i>) • Publisitas (<i>Publicity</i>) • Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>) 	Philip Kotler (2015 : 11) Marceline Livia Hedynata dan Wirawan E.D Radaianto (2015 : 1)
2	Kualitas layanan atau sebaliknya kualitas administrasi terpaku pada upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan klien serta ketepatan penyampaian agar sesuai dengan asumsi klien.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Reliability</i> (Keandalan). • <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap). • <i>Assurance</i> (Jaminan). • <i>Empathy</i> (Empati). • <i>Tangible</i> (Bukti langsung). 	Parasuraman, et al (1988) dan Brady dan Cronin (2019)

	(variabel bebas)	
3	Minat beli adalah sesuatu yang berhubungan dengan pengaturan pembeli untuk membeli barang tertentu dan jumlah unit barang tersebut yang dibutuhkan dalam periode tertentu. (variabel terikat)	<ul style="list-style-type: none"> • Minat <i>transaksional</i>, Donni (2019), • Minat <i>refrensial</i>, • Minat <i>preferensial</i>, • Minat <i>eksploratif</i>,

3.6 Analisis Data

3.6.1 Uji Kualitas Data

1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana alat estimasi dapat mengungkap ketepatan efek samping yang dapat diperkirakan. Alat estimasi yang digunakan dalam pengujian legitimasi adalah daftar pertanyaan yang telah diisi oleh responden dan hasilnya akan dicoba untuk ditampilkan terlepas dari sah atau tidaknya informasi tersebut. Semakin tepat estimasi informasinya, maka semakin tepat pula instrumen estimasinya. Pengujian legitimasi ini dibantu dengan kerangka instrumen karena terdapat faktor-faktor yang direnungkan, penanda dan pertanyaan. Jajak pendapat yang telah dicoba kemudian dihadapkan pada pengujian hal, yaitu dengan memastikan hubungan antara skor item dengan skor all out atau mencari daya pemisah.

Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan angka r_{hitung} dan r_{tabel} . Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka item dikatakan valid, dan sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , maka item dikatakan tidak valid. r_{hitung} dicari

dengan menggunakan program SPSS, Sedangkan r tabel dicari dengan cara melihat tabel r dengan tingkat signifikansi 0,05.

2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan daftar yang menunjukkan sejauh mana suatu instrumen estimasi dapat diandalkan atau solid. Jika instrumen estimasi digunakan dua kali untuk mengukur efek samping yang serupa dan hasil estimasi yang diperoleh cukup dapat diprediksi, maka instrumen estimasi kualitas yang teguh ini menggunakan resep *koefisien alfa*. Tes ini diselesaikan dengan membandingkan angka Cronbach alpha, sehingga nilai Cronbach alpha setidaknya 0,6. Artinya survei tersebut dikatakan reliabel dengan asumsi nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,6, dimana uji reliabilitas ini menggunakan bantuan program SPSS PC. Terjemahannya adalah sebagai berikut:

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Metode residual yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Salah satu metode uji normalitas yaitu *one sample kolmogorov smirnov*.

Uji normal informasi digunakan untuk menentukan apakah informasi pada setiap variabel diedarkan secara rutin atau tidak. Efek samping dari tes kebiasan dalam ujian harus terlihat dalam hubungan

informasi. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat kepentingannya $>0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa informasi tersebut biasanya tersebar.

2. Uji Multikolonearitis

Metode analisis uji multikolonearitas yaitu dengan melihat nilai *Tolerance dan Inflation Factor (VIF)* pada model regresi dengan kriteria pengujian, semua variabel memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi variabel dari residu tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pola yang tidak sama ini ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama antar varians dari residu. Gejala varians yang tidak sama ini disebut dengan gejala *heteroskedastisitas*, sedangkan adanya gejala varians residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain disebut *homokedastisitas*.

3.6.3 Uji Hipotesis

Eksplorasi ini memiliki uji kooperatif sebagai eksplorasi spekulasi yang dilakukan untuk menentukan dampak metodologi khusus dan kualitas layanan (X) terhadap minat beli konsumen (Y). Dalam pengujian Spekulasi diary Atika Zahra menggunakan SPSS:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pemeriksaan relaps berbeda merupakan instrumen ilmiah yang digunakan untuk memutuskan ada tidaknya pengaruh kritis antara faktor

bebas (*free factor*) terhadap variabel dependen (variabel bawah).

Kondisi relaps pada pemeriksaan ini adalah

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

Keterangan:

Y = Minat Beli

a = Konstanta Regresi

b_1 = Koefisien Regresi Variabel Strategi Promosi

b_2 = Koefisien Regresi Variabel Kualitas Layanan

X_1 = Strategi Promosi

X_2 = Kualitas Layanan

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2021), dalam pengujian ini uji F digunakan untuk menentukan derajat makna pengaruh faktor-faktor otonom secara bersama-sama (bersamaan) terhadap variabel dependen. Tes ini diselesaikan dengan ketentuan sebagai berikut:

Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:

- 1) Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
- 2) Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

Rumusan hipotesis uji F adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 : tidak terdapat pengaruh secara simultan strategi pemasaran terhadap minat beli konsumen.

2) Ha: terdapat pengaruh secara simultan strategi pemasaran terhadap minat beli konsumen.

3) *Koefisien Determinan (R2)*

Koefisien kepastian (*R Square*) merupakan suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi pada variabel dependen dapat dimaknai oleh perubahan atau variasi pada faktor bebas. Dengan mengetahui nilai *koefisien* jaminan kita sebenarnya ingin memahami kelayakan model relaps dalam mengantisipasi variabel dependen. Semakin tinggi nilai *koefisien* jaminan maka semakin baik kapasitas variabel otonomnya

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. *Koefisien determinasi* akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain. Nilai *koefisien* ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

4. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji t dengan ketentuan sebagai berikut:

1) Menentukan daerah penolakan H_0 (daerah kritis), dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi;

a) Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.

b) Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

2) Menentukan Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

a) H_0 = artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial strategi promosi dan kualitas layanan terhadap minat beli konsumen.

b) H_a = Terdapat pengaruh secara parsial strategi pemasaran terhadap minat beli konsumen.

3) Kriteria pengujian nilai t_{hitung} dan t_{tabel}

a) Bila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

b) Bila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.