

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Wahyudi, (2021) menjelaskan penelitian adalah suatu tindakan yang dapat diukur dengan suatu kasus, fenomena, atau gejala sebagai landasannya. Dalam penelitian ini, metode kuantitatif diaplikasikan sebagai desain penelitian. Disampaikan Machali, (2021) penelitian kuantitatif melibatkan penggunaan sejumlah besar data numerik dalam seluruh siklus penelitian, termasuk tahap pengumpulan, interpretasi, hasil penelitian dan penarikan kesimpulan.

Rukminingsih et al, (2020) menjelaskan penelitian kuantitatif dijelaskan sebagai metode yang fokus pada pengujian teori dengan mengamati relasi antara variabel-variabel yang beragam. Data dalam bentuk numerik yang diperoleh melalui penelitian kuantitatif dianalisis menggunakan metode statistik, dan dalam penelitian ini, data tersebut dikumpulkan melalui kuesioner. Data yang dimanfaatkan yakni angka dari hasil pengisian kuesioner para konsumen pembeli produk gelas *cup* di Berkah Damai Plastik.

3.2 Objek Penelitian

Sugiyono, (2019) menjelaskan objek penelitian adalah inti dari suatu penelitian ilmiah atau studi, di mana peneliti berfokus pada subjek atau entitas tertentu. Hal ini bisa berupa berbagai hal seperti individu, kelompok, peristiwa, fenomena alam, produk, kebijakan, atau topik khusus yang ingin dipelajari atau dianalisis lebih dalam oleh peneliti. Penentuan objek penelitian memiliki peran penting dalam menggambarkan cakupan dan tujuan penelitian serta dalam merumuskan pertanyaan penelitian yang sesuai. Tujuan dari penelitian dalam Hardani, (2020) adalah untuk menghimpun data yang berkaitan dengan hal-hal yang valid, objektif, dan dapat dipercaya. Objek penelitian ini bisa mencakup individu, objek, transaksi, atau peristiwa. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah pada Keputusan Pembelian produk gelas *cup* oleh pelanggan di Berkah Damai Plastik. Penelitian ini akan menginvestigasi pengaruh *Personal Selling* dan

promosi terhadap Keputusan Pembelian produk gelas *cup* di Berkah Damai Plastik.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.1.1 Populasi

Disampaikan Priadana, (2021) populasi terdiri dari seluruh peserta penelitian. Objek penelitian secara lengkap yang dipilih peneliti disebut Machali, (2021) sebagai populasi. Populasi penelitian ini terdiri dari semua pelanggan yang telah membeli gelas *cup* dari Berkah Damai Plastik selama periode penelitian, yaitu dari bulan Oktober hingga Desember 2023.

3.1.2 Sampel

Sampel yakni bagian kecil pada keseluruhan populasi yang dipilih melalui metode pengambilan sampel, menurut Hardani, (2020) supaya sampel bisa merepresentasi dari populasi, sangat penting bahwa sampel harus secara akurat merepresentasikan populasi. Dalam penelitian ini, sampel dipilih menggunakan metode *non-probability sampling*, di mana tidak setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Teknik yang diterapkan adalah purposive sampling, di mana pemilihan sampel didasarkan pada kriteria tertentu. Kriteria yang diperlukan untuk terpilih sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merupakan pelanggan atau pernah melakukan pembelian produk gelas *cup* di Berkah Damai Plastik. Hal ini karena responden harus pernah mengalami atau merasakan *Personal Selling* dan promosi dari Berkah Damai Plastik serta mengambil Keputusan Pembelian produknya.
2. Bersedia mengisi kuesioner secara lengkap dan jujur sesuai pengalaman responden. Kepentingan data yang valid adalah esensial untuk memastikan hasil penelitian yang akurat dan berguna.

Dalam situasi penelitian di mana jumlah populasi tidak teridentifikasi, ukuran sampel ditentukan menggunakan Rumus *Lemeshow* (Mochammad et al, 2023). Berikut rumus *lemeshow*:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P=(1-P)}{d^2}$$

Penjelasan:

n = sampel

z = skor z, sig 95% = 1,96

p = maksimal estimasi, ditentukan peneliti yaitu 50%

d = tingkat kesalahan, ditentukan peneliti yaitu 10% (0,1).

Perhitungannya yaitu:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, ukuran sampel yang diperoleh untuk penelitian ini adalah 96,4, yang kemudian dibulatkan menjadi 96 sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, metode pengumpulan data diperlukan oleh peneliti. Mengingat perolehan data adalah tujuan utama dari penelitian, maka teknik pengumpulan data menjadi tahap yang paling vital dan penting dalam penelitian. Cara pengumpulan data yang bisa dipercaya akan menghasilkan data yang akurat (Hardani, 2020). Dalam studi ini, pengumpulan data lewat *website*.

Kuesioner adalah cara mengumpulkan data melalui pemberian beberapa pernyataan terhadap sampel supaya mereka jawab (Priadana, 2021). Kuesioner berbasis *website* ini akan dikirimkan peneliti kepada responden melalui email atau media sosial seperti *WhatsApp* dan pengisian dilakukan dengan mengklik tautan yang terdapat di situs tersebut (Hardani, 2020).

Pada penelitian ini, semua pernyataan yang tertuang di dalam kuesioner dibuat pada *Google Form*. Lalu selanjutnya *link Google Form* tersebut dikirim kepada sampel penelitian baik itu melalui email atau melalui pesan *WhatsApp*.

3.5 Definisi Operasional

3.6.1 Variabel Penelitian

Wahyudi (2021), menjelaskan secara definitif, variabel adalah pengamatan yang memiliki ukuran, sehingga peneliti dapat mengukur dan mendapatkan informasi terkait fenomena. Variabel penelitian ini yaitu:

1. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel yang memiliki pengaruh atau menyebabkan perubahan atau kemunculan variabel dependen.

a. *Personal Selling* (X1)

Personal Selling adalah proses mempromosikan produk kepada calon pelanggan secara langsung. Secara umum, manajemen pemasaran akan menyelidiki pasar strategis dan lokasi sasaran barang;

b. Promosi (X2)

Promosi adalah strategi agar suatu produk dikenal oleh masyarakat luas dan menggugah minat mereka untuk membeli dan memilikinya. Perusahaan harus membuat rencana bauran promosi untuk mengkomunikasikan produknya;

2. Variabel Dependen (Variabel Y)

Variabel yang dipengaruhi variabel independen. Penelitian ini menjadikan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependen, yang dipengaruhi oleh perilaku konsumen atau pelanggan dalam proses pengambilan Keputusan Pembelian.

3.6.2 Definisi Operasional Variabel

Priadana, (2021) menggambarkan bahwa definisi operasional merupakan uraian dari tindakan yang digunakan oleh peneliti untuk memanipulasi atau mengukur suatu variabel. Dengan menguraikan

cara mengukur variabel, maka definisi operasional menguraikan parameter atau makna variabel. Berikut definisi operasional penelitian:

Tabel 3.1 *Definisi Operasional Variabel*

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
1	<i>Personal Selling</i> (X1)	Proses interaksi langsung antara individu untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan (Bakti, 2021)	1) <i>Salesmanship</i> ; 2) Bernegosiasi; 3) Pemasaran Hubungan.	Skala Likert
2	Promosi (X2)	Alat insentif yang bertujuan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa secara lebih cepat dan dalam volume yang lebih besar, terutama dalam jangka pendek (Kotler and Keller, 2007)	1) Frekuensi Promosi; 2) Kualitas Promosi; 3) Kuantitas Promosi; 4) Waktu Promosi; 5) Kesesuaian Sasaran Promosi.	Skala Likert
3	Keputusan Pembelian (Y)	Kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk (Indrasari, 2019)	1) Pengenalan Kebutuhan; 2) Pencarian Informasi; 3) Pengevaluasian Alternatif; 4) Keputusan Pembelian; 5) Perilaku Sesudah Pembelian.	Skala Likert

Sumber : Diolah Peneliti 2023

Dalam studi ini, Kuesioner diberi nilai dengan memanfaatkan skala likert. Pendekatan skala ini dimanfaatkan dalam mengetahui

ukuran pandangan, sikap, dan persepsi terkait dengan fenomena sosial atau kejadian dalam masyarakat (Priadana, 2021). Tabel bobot *skala likert* yang diberikan di bawah ini sering digunakan dalam berbagai penelitian:

Tabel 3. 2 *Pembobotan Skala Likert*

Keterangan	Skor
SS (Sangat Setuju)	5
ST (Setuju)	4
RG (Ragu-ragu)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : Priadana (2021)

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dijelaskan oleh Machali, (2021) sebagai suatu metode yang menunjukkan keakuratan atau validitas suatu alat ukur. Istilah “validitas” juga sering dimanfaatkan dalam memperlihatkan sampai mana instrumen bisa mengukur hal yang dirancang untuk diukur.

Berikut kriteria pengambilan keputusannya:

1. Valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$;
2. Tidak valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Cara menentukan r_{tabel} adalah dengan rumus $df = n - 2$.

Penjelasan:

$df = degree\ of\ freedom$.

$N =$ sampel.

$2 =$ variabel independen.

Maka perhitungan r_{tabel} penelitian ini yaitu:

$$df = 96 - 2$$

$$df = 94$$

$$\text{Signifikansi} = 5\% / 0,05$$

Jadi nilai df 94 dengan signifikansi 0,05, mengacu pada data r_{tabel} , ditemukan nilai r_{tabel} penelitian yaitu 0,2006.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Suatu alat penelitian mempunyai tingkat atau nilai ketergantungan yang tinggi, menurut (Darma, 2021) apabila hasil pengujian dari alat tersebut mempunyai hasil yang konsisten atau konsisten dengan hal yang dinilai. Nilai *Cronbach's Alpha* dalam statistik reliabilitas keluaran dapat digunakan untuk membuat penilaian umum tentang ketergantungan suatu instrumen bila dibandingkan dengan standar berikut:

1. Jika *Cronbach's Alpha* < 0,6, maka tidak reliabel;
2. Jika *Cronbach's Alpha* > 0,6, maka reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Dijabarkan Hardani, (2020) definisi analisis data dalam penelitian kuantitatif dijelaskan sebagai metode yang digunakan untuk menyediakan jawaban terhadap perumusan masalah dan untuk pengujian hipotesis penelitian. Dalam analisis data kuantitatif, digunakan teknik statistik yang umumnya mudah diakses karena sifat data yang bersifat kuantitatif. Teknik mentransformasikan data menjadi informasi dikenal dengan teknik analisis data (Priadana, 2021). Aplikasi SPSS Versi 26 dimanfaatkan untuk analisis data, dengan metode analisis berikut (Priadana, 2021) yaitu:

3.7.1 Analisis Deskriptif

Dalam menganalisis kinerja data historis untuk menarik suatu kesimpulan, digunakan pendekatan analisis data deskriptif kuantitatif. Melalui penyusunan ringkasan atau penjelasan yang lebih rinci dari data yang telah terkumpul, Analisis deskriptif adalah pendekatan statistik yang dimanfaatkan pada penelitian kuantitatif untuk memberikan gambaran atau ringkasan tentang isu penelitian. Frekuensi atribut responden digambarkan dengan menggunakan analisis deskriptif yang dipecah sesuai dengan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan serta pekerjaan.

Rumus analisis deskriptif yaitu:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan

P = Persentase;

F = Responden;

N = Jumlah data.

3.7.2 Analisis Inferensial

Rumus statistik digunakan dalam prosedur analisis data kuantitatif inferensial. Hasil perhitungan ini berfungsi sebagai landasan untuk menggambar generalisasi yang dapat diterapkan pada semua situasi. Berikut daftar analisis inferensial yang dimanfaatkan pada penelitian ini yakni:

1. Uji Asumsi Klasik

Untuk mencegah terjadinya distorsi dalam analisis data dan kesalahan dalam menentukan model regresi yang digunakan, Eti, (2019) menunjukkan bagaimana uji asumsi klasik bisa dimanfaatkan dalam mengatasi masalah tersebut. Model regresi yang memiliki kesalahan sesedikit mungkin adalah model yang baik. Asumsi-asumsi tersebut dijelaskan secara singkat di bawah ini, beserta informasi cara mengujinya menggunakan program SPSS:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan melakukan evaluasi data antar variabel apakah normal, sesuai dengan penjelasan yang disajikan oleh Eti, (2019). Dalam penyelidikan ini, uji *Kolmogrov Smirnov* digunakan untuk mengetahui apakah hasilnya normal. Aturan berikut harus diikuti ketika mengambil keputusan pada pengujian ini:

- 1) $\text{Sig} > 0.05$, maka normal;
- 2) $\text{Sig} < 0.05$, maka tidak normal.

Selain itu, salah satu cara untuk menguji normalitas adalah melalui penggunaan metode grafik berupa *Plot*. menurut Priyatno, (2023) keputusan diambil Sesuai pola penyebaran titik-titik yang mengikuti garis diagonal, yang

memperlihatkan jika titik tersebar secara seragam sekitar garis diagonal itu, jadi disimpulkan data normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Eti, (2019) pengujian ini untuk memahami apakah ada ketidakseimbangan varian antara pengamatan yang berbeda dalam model regresi. Heteroskedastisitas dalam model regresi berdampak pada ketidakefektifan *estimator* yang dihasilkan baik pada sampel kecil maupun besar.

Dalam penelitian ini, Uji Glejser dimanfaatkan dalam menguji adanya heteroskedastisitas. Uji Glejser, sesuai dengan penjelasan yang diberikan oleh Priyatno, (2023) digunakan dengan melibatkan regresi variabel independen serta nilai absolut pada residu. Ketika tingkat sig < 0,05, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Selain itu digunakan juga Grafik *scatter plot* dengan menggunakan metode pengambilan keputusan, sebagai berikut:

- 1) Jika terdapat pola yang secara konsisten terlihat dalam pengujian, seperti perubahan reguler dalam pola titik-titik seperti gelombang, perluasan, atau penyempitan, ada masalah heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas yang dapat diamati, maka kesimpulannya adalah tidak ada heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Eti Rochaety dan Ratih Tresnati, (2019) menjelaskan bahwa uji multikolinearitas dilakukan untuk mengevaluasi keberadaan korelasi antara variabel independen. Penggunaan nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah untuk mengidentifikasi keberadaan multikolinearitas. Penting untuk memastikan bahwa sebuah model regresi bebas dari pengaruh multikolinearitas, yang diindikasikan dengan nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini adalah suatu teknik statistik yang dimanfaatkan dalam menggambarkan korelasi antara dua atau lebih variabel dalam penelitian kuantitatif, sebagaimana dijelaskan oleh Eti, (2019). Secara teori, regresi linier berganda menggunakan rumus yang sama dengan regresi linier dasar; perbedaannya adalah dalam regresi berganda, variabel tambahan dimasukkan yang juga dipertimbangkan dalam penelitian. Persamaan regresi linier berganda diberikan di bawah ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen;

X₁ = Variabel (X₁);

X₂ = Variabel (X₂);

a = Konstanta;

b = Koefisien regresi.

Pada penelitian ini ada dua variabel independen yakni X₁ dan X₂, maka persamaan regresi yang terbentuk yakni :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian;

X₁ = *Personal Selling*;

X₂ = Promosi;

a = Konstanta;

b = Koefisien regresi;

e = *Error*.

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Surajiyo, (2020), koefisien determinasi ditandai sebagai R². Koefisien determinasi untuk mengukur sejauh mana data pada variabel dependen dapat diprediksi dari variabel independen, merefleksikan persentase variabilitas dalam variabel dependen yang dapat distribusikan ke variabel independen:

$$KD = (\text{Koefisien Korelasi})^2 \times 100\%$$

3.8 Pengujian Hipotesis

Pengertian pengujian hipotesis menurut Eti, (2019), Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan hubungan khusus, membedakan antara berbagai kelompok, atau mengevaluasi kemandirian antar kelompok dalam konteks tertentu. Dalam eksperimen penelitian, dua tipe hipotesis utama yang dibuat adalah hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Berikut adalah teknik uji hipotesis penelitian ini:

3.8.1 Uji t (Parsial)

Uji t adalah metode analisis data yang digunakan pada satu kelompok sampel saja, dan keputusan diambil Sesuai distribusi t-hitung. Tujuan dari pengujian satu sampel adalah untuk mengevaluasi apakah suatu nilai tertentu (yang dijadikan sebagai acuan) signifikan dari rata-rata sampel. Nilai spesifik ini biasanya merupakan nilai parameter yang digunakan untuk memperkirakan suatu populasi. Nilai koefisien jalur yang ditunjukkan oleh nilai t_{tabel} pada α 5 persen. Arah uji hipotesis penelitian ini yaitu *two tailed* dengan dasar uji hipotesis diterima jika $t_{\text{tabel}} > 1,96$ (Swarjana, 2022).

Rumus matematika uji t adalah:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s / \sqrt{n}}$$

Penjelasan

- t = nilai t_{hitung} ;
- \bar{x} = rata-rata sampel;
- μ_0 = nilai parameter;
- s = standar deviasi sampel;
- n = jumlah sampel.

Dasar keputusannya yakni:

1. Jika $t_{\text{hitung}} >$ dari t_{tabel} dan $\text{sig} < 0,05$, H_a diterima;
2. Jika $t_{\text{hitung}} <$ dari t_{tabel} dan $\text{sig} > 0,05$, H_o diterima.

3.8.2 Uji F (Simultan)

Uji f yakni metode pengujian yang dimanfaatkan sebagai untuk evaluasi pengaruh bersama dari seluruh faktor independen pada variabel dependen. Sebagai opsi lain, pengujian ini dimanfaatkan untuk mengevaluasi apakah model regresi kita memiliki signifikansi atau tidak. Berikut adalah rumus statistik F yang digunakan dalam uji ini:

$$f = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (N - k - 1)}$$

Keterangan

- R^2 = Koefisien determinasi;
 N = sampel;
 k = variabel independen, dan
 1 = nomor variabel.

Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F yaitu:

1. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan $sig < 0,05$, H_a diterima;
2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ dan $sig > 0,05$, H_o diterima.

Untuk menentukan nilai f_{tabel} , maka dicari dengan $df1$ ($N1$) dan $df2$ ($N2$) dalam konteks uji F pada analisis regresi, rumusnya adalah sebagai berikut:

1. $df1$ ($N1$) = $k - 1$
2. $df2$ ($N2$) = $n - k$

Di mana:

- k = variabel dalam model regresi.
 n = total sampel yang membentuk model.

Berikut adalah perhitungannya $df1$:

$$df1$$
 ($N1$) = $k - 1$

$$df1$$
 ($N1$) = $3 - 1$

$$df1$$
 ($N1$) = 2

Berikut adalah perhitungannya $df2$:

$$df2$$
 ($N2$) = $n - k$

$$df2$$
 ($N2$) = $96 - 3$

$df2 (N2) = 93$

Jadi disimpulkan bahwa nilai $df1 (N1) = 2$ dan $df2 (N2) = 93$, maka sesuai dengan data f_{tabel} maka didapatkan nilai 3,09.

