

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

##### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Win Access Telecommunication, yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto Komplek CBD, Medan.

##### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini penulis rencanakan mulai dari Juli s/d Oktober 2019.

**Tabel 3.1.**  
**Jadwal Penelitian**

No.	Kegiatan	Bulan															
		Juli				Agust				Sept				Okt			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan dan Pengesahan Judul																
2	Persiapan Instrumen Penelitian																
3	Pengumpulan Data																
4	Pengolahan Data																
5	Analisis Data dan Evaluasi																
6	Penyempurnaan dan Penulisan Laporan																
7	Sidang Meja Hijau																

### 3.2. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono dalam Rusiadi dkk (2016:30) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen PT. Win Access Telecommunication yang berjumlah 248 responden.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono dalam Rusiadi dkk, 2016:31). Penelitian ini menggunakan jenis teknik pengambilan sampel yaitu sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2017:85). Perhatikan uraian di atas, karena konsumen PT. Win Access Telecommunication berjumlah 248, maka digunakan metode slovin, yaitu :

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

$$n = \frac{248}{1 + 248 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{248}{1 + 2,48}$$

$$n = \frac{248}{3,48}$$

$n = 71,26$  dibulatkan menjadi 71.

Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 71 responden.

### **3.3. Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Rusiadi dkk, 2016:12). Dalam penelitian ini variabel bebasnya daya minat ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ), sedangkan variabel terikatnya adalah produk (Y). Jadi penelitian ini untuk membuktikan apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

#### **3.3.2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari PT. Win Access Telecommunication.

### **3.4. Metode Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data serta informasi yang dibutuhkan, digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Angket (*Quesioner*) yaitu dengan membagikan daftar pertanyaan yang masing-masing disesuaikan dengan variabel yang diteliti.
2. Study Dokumen yaitu mempelajari data atau laporan-laporan perusahaan yang relevan dengan penelitian.

3. Teknik wawancara (interview) yaitu tanya jawab dengan cara mengadakan komunikasi langsung pada pihak yang terkait untuk memperoleh data dan informasi yang diinginkan.

### 3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dipergunakan untuk memberikan penjelasan mengenai batas-batas yang akan dibahas atau diteliti, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.2.**  
**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala ukur
Daya Minat ( $X_1$ )	Kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Sumber : Satria (2017:48)	1. Kesadaran ( <i>Awareness</i> ) 2. Pengetahuan ( <i>Knowledge</i> ) 3. Suka ( <i>Liking</i> ) 4. Pilihan ( <i>Preference</i> ) 5. Keyakinan ( <i>Conviction</i> ) Sumber : Satria (2017:48)	Likert
Pelayanan ( $X_2$ )	Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sumber : Kotler (2010:123)	1. <i>Tangibles</i> (Bukti fisik) 2. <i>Reliability</i> (Keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Empaty</i> (empati) Sumber : (Parasuraman dalam Widjojo dkk (2016:18)	Likert
Produk (Y)	Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya Sumber : Satria (2017:48)	1. Kinerja 2. Desain 3. Estetika 4. Persepsi Kualitas 5. <i>Features</i> (Aspek performansi) Sumber : Satria (2017:48)	Likert

Sumber : data diolah, 2019.

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert sebagai alat mengukur sikap pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial (Noor, 2017 : 126). Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan di uji.

Terdiri dari lima alternatif jawaban responden menggunakan skala yang ada pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.2**  
**Skala Pengukuran Likert**

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

### **3.6. Teknik Analisis Data**

#### **1. Uji Kualitas Data**

##### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau *valid* tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan *valid* jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan peningkatan. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r

tabel. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan *valid* (Noor, 2017 : 130).

Kriterianya adalah :

Bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pertanyaan tersebut *valid*.

Bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pertanyaan tersebut tidak *valid*.

## b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengukur mempunyai kehandalan dalam mengukur. Untuk menentukan suatu instrumen reliabel atau tidak maka bisa digunakan batas nilai *Alpha* ( $\alpha$ ) 0,6 (Noor, 2017 : 132). Kriterianya adalah:

Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  maka pernyataan reliabel.

Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,60$  maka pernyataan tidak reliabel.

## 2. Uji Regresi Linier Berganda

Jika terdapat dua variabel penelitian yang sudah diketahui mana yang variabel bebas X (independen) dan variabel terikat Y (dependen), lalu akan dihitung atau dicari nilai-nilai Y yang lain berdasarkan nilai X yang diketahui, langkah penyelesaiannya adalah melalui rumus regresi linear berganda (Rusiadi dkk, 2016 : 143) :

Regresi linier berganda

$$Y = a + b_1X_1 + B_2X_2 + e$$

- Y = Produk  
a = nilai konstanta  
b = koefisien regresi berganda  
X<sub>1</sub> = Daya minat  
X<sub>2</sub> = Pelayanan

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya minat (X<sub>1</sub>) dan pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap produk (Y), selanjutnya digunakan perangkat lunak komputer dengan menggunakan program SPSS Versi 20.0.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Mengingat data penelitian yang digunakan adalah data sekunder, maka untuk memenuhi syarat yang ditentukan sebelum uji hipotesis melalui uji t dan uji F maka perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang digunakan yaitu autokorelasi, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Uji Normalitas Data

Menurut Noor (2014 : 144), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk melihat distribusi data normal atau tidak menggunakan analisa statistic. Uji normalitas menggunakan dengan histogram dan grafik.

#### 2. Uji Multikolinieritas

Menurut Noor (2014 : 151) mengemukakan bahwa multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi

terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya hubungan multikolinieritas diantara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat dapat dilihat pada *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas dan mempunyai angka *tolerance* mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF di bawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Noor (2014 : 158) mengemukakan bahwa heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada *scatter plots* regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.



#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji t

Dilakukan untuk menguji setiap variabel bebas apakah ada pengaruh positif atau signifikan terhadap variabel terikat, model hipotesis yang digunakan dalam uji t ini adalah :

$H_0 : b_1, b_2 = 0$ , artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Nilai uji t statistik akan dibandingkan dengan nilai t tabel dengan tingkat kesalahan  $\alpha = 5\%$ . Kriteria uji yang digunakan :

$H_0$  diterima bila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

$H_a$  diterima bila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

##### b. Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat secara bersama-sama apakah ada pengaruh positif atau signifikan dari variabel bebas yang terdiri dari daya minat ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ) terhadap produk yaitu variabel terikat ( $Y$ ), model hipotesis yang digunakan dalam uji F-statistik ini adalah :

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$ , artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$ , artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

Nilai F statistik akan dibandingkan dengan nilai F tabel dengan tingkat kesalahan  $\alpha = 5\%$ . Kriteria uji yang digunakan :

Ho diterima bila  $F_o < F$  tabel

Ha diterima bila  $F_o > F$  tabel

### **5. Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Determinan digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kata lain koefisien determinan digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yang diteliti yaitu daya minat ( $X_1$ ) dan pelayanan ( $X_2$ ), sedangkan variabel terikat adalah produk ( $Y$ ). Koefisien determinan ( $R^2$ ) berkisar antara nol sampai dengan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Hal ini berarti bila  $R^2=0$  menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan bila  $R^2$  mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.