

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

##### 1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini pada PT. Anugerah Pratama Medan Jalan Pulau Nias Selatan No.127 KIM 2 Mabar.

##### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan dilakukan selama rentang waktu bulan April 2019 Sampai Agustus 2019

**Tabel 3.1**  
**Jadwal Rencana Penelitian**

| No | Uraian kegiatan     | Jadwal Rencana Penelitian (Bulan/Tahun) |   |   |          |   |   |           |   |   |           |   |  |              |   |   |           |  |   |              |  |   |
|----|---------------------|---|---|---|----------|---|---|-----------|---|---|-----------|---|--|--------------|---|---|-----------|--|---|--------------|--|---|
|    |                     | April 2019                              |   |   | Mei 2019 |   |   | Juni 2019 |   |   | Juli 2019 |   |  | Agustus 2019 |   |   | Sept 2019 |  |   | Oktober 2019 |  |   |
| 1  | Pengajuan judul     | ■                                       |   |   |          |   |   |           |   |   |           |   |  |              |   |   |           |  |   |              |  |   |
| 2  | Penyusunan proposal |   | ■ | ■ | ■        |   |   |           |   |   |           |   |  |              |   |   |           |  |   |              |  |   |
| 3  | Proposal Penelitian |   |   |   |          | ■ | ■ | ■         | ■ | ■ |           |   |  |              |   |   |           |  |   |              |  |   |
| 4  | Penelitian Lanjutan |   |   |   |          |   |   |           |   |   |           | ■ |  |              |   |   |           |  |   |              |  |   |
| 5  | Penulisan Skripsi   |   |   |   |          |   |   |           |   |   |           |   |  | ■            | ■ | ■ |           |  |   |              |  |   |
| 6  | Bimbingan           |   |   |   |          |   |   |           |   |   |           |   |  |              |   |   |           |  | ■ | ■            |  |   |
| 7  | Sidang Meja Hijau   |   |   |   |          |   |   |           |   |   |           |   |  |              |   |   |           |  |   |              |  | ■ |

## 3.2. Populasi dan Sampel

### 3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:61), menjelaskan populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Anugerah Pratama Medan per satu bulan, yaitu sebesar 235

### 3.2.2. Sampel.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti, atau sampel dapat di definisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen pada PT. Anugerah Pratama Medan yang jumlahnya sangat banyak dan tidak teridentifikasi, dikarenakan jumlah populasi yang sangat besar dan tidak dapat identifikasi maka penentuan sampel dilakukan dengan cara menggunakan

*Accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui untuk cocok sebagai sumber data.

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Dimana:

$n$  = jumlah sample

$N$  = jumlah populasi

$e$  = batas toleransi kesalahan

Berdasarkan rumus diatas, maka diperoleh jumlah sampel yaitu:

$$n = \frac{235}{1 + 235 \cdot (0,1)^2} = 70,14 = 70 \text{ responden}$$

Maka dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 70 responden.

### 3.3. Jenis Penelitian

Menurut Arikunto (2013:3) “Jenis Penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah jenis deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelediki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan berupa simbol angka atau bilangan. Dalam penelitian ini memerlukan adanya data untuk melengkapi penelitian, yaitu “Pengaruh *promotional mix* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Anugerah Pratama Medan”.

### 3.4.Sumber data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yaitu:

#### 1. Data Primer

Menurut Arikunto (2013:22), data primer adalah “Data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik perilaku dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian yang berkenan dengan variabel yang diteliti”.

2. Data sekunder merupakan data yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpulan data primer atau pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel atau diagram.

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel-variabel**

| Variabel penelitian                      | Definisi Operasional Variabel   | Indikator variabel  | Skala  |
|--|---|---|--------|
| <i>promotional mix</i> (X <sub>1</sub> ) | Suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan.  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan (<i>advertising</i>)</li> <li>2. Penjualan Personal (<i>personal selling</i>)</li> <li>3. Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>)</li> <li>4. Hubungan masyarakat (<i>public relation</i>)</li> <li>5. <i>Direct Marketing</i></li> </ol> | Likert |
| Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )     | Kualitas pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukti langsung (<i>tangibles</i>)</li> <li>2. Keandaan (<i>Reliability</i>)</li> <li>3. Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)</li> <li>4. Jaminan (<i>assurance</i>)</li> <li>5. Empati (<i>Empathy</i>),</li> </ol>                                     | Likert |
| Minat Beli Konsumen (Y)                  | Minat beli adalah suatu model sikap seseorang terhadap obyek barang yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap golongan produk, jasa atau merk tertentu  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat transaksional,</li> <li>2. Minat refrensial,</li> <li>3. Minat preferensial</li> <li>4. Eksploratif.</li> <li>5. Keterikatan (<i>interest</i>)</li> </ol>   | Likert |

Sumber: data diolah, tahun 2019

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data”. Teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan sebagai berikut:

1. Teknik Observasi (*Observation*). Menurut Sanusi (2011:111), “Teknik observasi adalah cara pengumpulan data melalui pengamatan-pengamatan langsung terhadap subjek penelitian tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan subjek yang diteliti”.

2. Teknik Wawancara (*Interview*)

Sanusi (2011:205), Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian”.

3. Teknik Angket (Kuesioner)

Sanusi (2011:109), “Teknik angket adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang sudah disusun secara cermat”.

Untuk mengukur variabel Pengaruh *promotional mix* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Anugerah Pratama Medan diukur dengan menggunakan skala likert. Skala yang berisi tingkat prefensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Skala Likert**

| Alternatif Jawaban        | Skor |
|---------------------------|------|
| Sangat Setuju (SS)        | 5    |
| Setuju (S)                | 4    |
| Kuang Setuju (KS)         | 3    |
| Tidak Setuju (TS)         | 2    |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1    |

Sumber: Sugiyono (2010:133)

### 3.6. Teknik Analisis Data

Sanusi (2011:115), menjelaskan “Teknik analisis data adalah teknik yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan termasuk pengujiannya”. Teknik analisis data yang digunakan adalah:

#### 1. Uji Validitas

Imam Ghozali, (2011: 52) mengatakan Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut: Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif dengan  $\alpha = 0.05$ , maka variabel tersebut valid, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka variabel tersebut tidak valid.

#### 2. Uji Reliabilitas

Ghozali, 2011(dalam Pramono, 2013:12). Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk.Suatu kuisisioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbanch Alpha  $> 0,60$ . Pengujian rebilitas instrumen dapat dilakukan dengan tehnik belah dua dari *Spearman Brown (Spits half)*.

### **3. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Sering terjadi kesalahan yang jamak yaitu bahwa uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel. Hal ini tidak dilarang tetapi model regresi memerlukan normalitas pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabel penelitian.

### **4. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik yang sering digunakan yaitu uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, dan uji linearitas. Tidak ada ketentuan yang pasti tentang urutan uji mana dulu yang harus dipenuhi. Analisis dapat dilakukan tergantung pada data yang ada. Sebagai contoh, dilakukan analisis terhadap semua uji asumsi klasik, lalu dilihat mana yang tidak memenuhi persyaratan. Kemudian dilakukan perbaikan pada uji tersebut, dan setelah memenuhi persyaratan, dilakukan pengujian pada uji yang lain.

#### **a. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

### 5. Regresi Linier berganda.

Dengan persamaan:

$$Y = a_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Dimana:

$X_1$  = *promotional mix*

$X_2$  = kualitas pelayanan

$Y$  = minat beli konsumen

$a_0$  = Nilai Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien regresi

$e$  = Error Term

### 6. Uji Hipotesis.

#### 1) Uji parsial (Uji t)

Untuk menguji bagaimanakah *promotional mix* dan kualitas pelayanan (variabel *independent*) secara individu benar berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada PT. Anugerah Pratama Medan (variabel *dependent*). Caranya adalah dengan melakukan pengujian terhadap koefisien regresi setiap variabel *independent* dan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  masing-masing koefisien regresi dengan nilai  $t_{tabel}$  sesuai dengan tingkat signifikan yang digunakan.



Bentuk pengujiannya adalah:

Hipotesis nol ( $H_0$ ):  $b_1, b_2 = 0$ , artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap Variabel terikat ( $Y$ ).

Hipotesis alternative ( $H_a$ ):  $b_1, b_2 \neq 0$ , artinya secara parsial terdapat pengaruh dari variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap Variabel terikat ( $Y$ ).

Kriteria pengambilan keputusan:

$H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_a$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

## 2). Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji bagaimanakah *promotional mix* dan kualitas pelayanan (variabel *independent*) secara simultan atau bersamaan berpengaruh terhadap minat beli konsumen (variabel *dependent*). Dimana:

Hipotesis nol ( $H_0$ ):  $b_1 = b_2 = 0$ , artinya variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh Variabel terikat ( $Y$ ).

Hipotesis alternatif ( $H_a$ ):  $b_1 \neq b_2 \neq 0$ , artinya variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara bersama-sama terdapat pengaruh variabel terikat ( $Y$ ).

Kriteria pengambialn keputusan:

$H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_a$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

## 3. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat, jika  $R^2$  semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) adalah besar terhadap

Variabel terikat (Y). hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika  $R^2$  semakin mengecil (mendekati nol) maka dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) adalah besar terhadap Variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

