

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Definisi Konsep

1. Keragaman Produk

Strategi perusahaan dalam mengelola lini produk yang beragam untuk melayani segmen pasar yang berbeda dan memberikan pilihan yang lebih luas kepada konsumen. (Kotler & Keller, 2016)

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sejauh mana jasa yang diberikan memenuhi atau melampaui harapan konsumen. (Zeithaml dan Berry, 1988).

3. Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang harus ditukar konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk tersebut. Harga juga mencerminkan nilai yang dirasakan oleh pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. (Kotler dan Keller, 2016).

4. Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler & Armstrong (2016) keputusan pembelian adalah perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi atau petunjuk kepada peneliti mengenai cara mengukur suatu variabel yang akan diteliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Definisi operasional dalam penelitian ini yaitu :

1. Keragaman Produk

Indikator yang digunakan untuk mengukur keragaman produk mencakup (Kotler dan Keller, 2016) :

- a. Variasi merek produk
- b. Variasi kelengkapan produk
- c. Variasi ukuran produk
- d. Variasi kualitas produk

2. Kualitas pelayanan

Model SERVQUAL mengukur kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi (Parasuman, Zeithaml, dan Berry, 1988) :

- a. *Tangibles* (aspek fisik),
- b. *Reliability* (keandalan),
- c. *Responsiveness* (daya tanggap),
- d. *Assurance* (jaminan), dan
- e. *Empaty* (empati)

3. Harga

Fandy Tjiptono (2015), indikator harga secara operasional mencakup aspek-aspek:

- a. Keterjangkauan,
 - b. Kesesuaian dengan kualitas,
 - c. Kesesuaian dengan manfaat
4. Pengambilan Keputusan

Kotler & Armstrong (2016) mengemukakan keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut:

- a. Pilihan produk
- b. Pilihan merek
- c. Pilihan penyalur
- d. Waktu pembelian
- e. Jumlah pembelian
- f. Metode pembayaran

C. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu untuk melihat hubungan terhadap fenomena yang diteliti, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu survei. Metode penelitian survei merupakan metode kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan suatu data yang terjadi dimasa ini atau masa lampau, tentang

keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu (Sugiyono, 2019)

Metode survey yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner.

D. Jenis dan Sumber Data

Sampel data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian terkait. Penelitian ini, peneliti menggunakan satu jenis sumber data sebagai berikut :

Data primer

Data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada peneliti (Sugiyono, 2019). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan melalui Jotform kepada seluruh responden yaitu semua perusahaan yang sudah menjadi rekanan PT Insmart sejak tahun 2015.

E. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya yaitu semua perusahaan yang sudah menjadi rekanan PT Insmart sejak tahun 2015.

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019) pertimbangan yang ditentukan untuk pengambilan sampel adalah:

1. Rekanan perusahaan PT Insmart yang sudah mengikuti pelatihan
2. Rekanan perusahaan yang kerjasama mulai tahun 2015
3. Setiap perusahaan mewakili 1 sampel

Dalam penelitian ini populasinya tidak terlalu besar dan jumlahnya diketahui dari rekap data peserta yang masuk pendaftaran kepada PT Insmart sebanyak 60 sampel.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Sampling Jenuh/Sensus. Menurut Sugiyono (2021) dikatakan sebagai metode Sampling Jenuh/Sensus apabila semua populasi digunakan untuk data penelitian. Metode ini sangat dianjurkan apabila populasi tidak begitu besar dan sangat memungkinkan dilaksanakan baik dari segi pertimbangan waktu maupun biaya karena menggunakan kuesioner dalam bentuk *link* pada aplikasi *Jotform*.

Skala yang digunakan dalam kuesioner yaitu menggunakan skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang

atau kelompok mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Skala Likert tersebut terdiri dari :

- Sangat Tidak Setuju = skor 1
- Tidak Setuju = skor 2
- Netral = skor 3
- Setuju = skor 4
- Sangat Setuju = skor 5

G. Metode Analisis

1. Uji Instrumen

Uji Instrumen dilakukan untuk menguji apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian memenuhi syarat-syarat sebagai alat ukur yang baik atau tidak, instrumen penelitian dikatakan baik apabila memenuhi sifat tepat (valid) dan handal (reliabel) (Sugiyono, 2019).

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya pernyataan dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan yang diajukan kepada responden mampu mengungkapkan suatu hasil yang akan di ukur dalam kuesioner tersebut (Ghozali, 2021). Pengujian ini menggunakan (*two-tailed*) dengan taraf signifikansi 5%. Kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka item pernyataan tersebut dikatakan valid.

- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengukur reliabel atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2021). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang untuk pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas merupakan suatu ukuran kestabilan dan konsistensi responden menjawab hal yang berkaitan dengan pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk kuesioner. Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji *Statistic Cronbach's Alpha* dengan kriteria pengujian :

- 1) Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ maka kuesioner tersebut reliabel.
- 2) Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,70$ maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, semua variable residual berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2021). Regresi yang baik adalah data yang terdistribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $>$ dari 0,05 atau 5%, maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $<$ dari 0,05 atau 5%, maka data tidak berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2021). Model regresi yang baik dan kuat apabila tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Korelasi antar variabel independen dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (*Varians Inflation Factor*) atau nilai *tolerance* dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *tolerance* $>$ 0,10 atau nilai VIF $<$ 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai *tolerance* $<$ 0,10 atau nilai VIF $>$ 10, maka dapat disimpulkan menjadi multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah variabel residual dalam model regresi terdapat perbedaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2021). Jika varian dari satu residual ke residual lainnya tetap, maka dapat dikatakan homoskedastisitas, apabila berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah apabila hasilnya homoskedastisitas atau

tidak terjadi heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan menggunakan uji Glesjer dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independent dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau 5 %, maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau 5 %, maka terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linier berganda (*multiple linier regression*), yaitu merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Adapun modelnya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian (variabel dependen)

X1 = Keragaman Produk (variabel independen)

X2 = Kualitas Pelayanan (variabel independen)

X3 = Harga (variabel independen)

b1 = Koefisien Regresi Keragaman Produk

b2 = Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan

b3 = Koefisien Regresi Harga

α = Konstanta

e = Error

b. Uji F (*Goodness of Fit*)

Uji F (*Goodness of Fit*) digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam memperkirakan nilai sebenarnya (Ghozali, 2021). Uji *Goodness of Fit* dapat dilihat dari table *analysis of variance* (ANOVA) dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi $F > 0,05$, maka model tidak layak digunakan, artinya variabel independen tidak mampu memprediksi variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka model layak digunakan, artinya variabel independen mampu memprediksi variabel dependen dengan baik.

c. Uji t

Uji ini digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel independen secara parsial/individu memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05 atau 5 % dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka secara parsial variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

5. Uji Koefisien Determinasi ($Adjusted R^2$)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2021). Nilai *Adjusted R^2* yaitu antara nol dan satu. Jika nilai *Adjusted R^2* mendekati 1, artinya variabel independent mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen dan sebaliknya jika nilai *Adjusted R^2* kecil artinya kemampuan variabel independent untuk menerangkan variabel dependen terbatas.