

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini memakai jenis pendekatan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan suatu permasalahan yang sifatnya memberikan pertanyaan interaksi antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013). Pendekatan penelitian asosiatif digunakan pada penelitian ini untuk mengidentifikasi bagaimana besarnya hubungan variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) pada variabel dependen yaitu (keputusan pembelian).

Penggunaan metode *survey* digunakan pada penelitian ini, dimana peneliti membagikan kuesioner untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang dinamakan pendekatan kuantitatif. Dimana penelitian kuantitatif mampu menggambarkan sebuah metode yang didasari oleh filsafat positivisme. Metode ini umumnya dipakai ketika melakukan penelitian dengan sampel yang telah ditentukan, analisis secara statistik atau kuantitatif, penggunaan instrumen penelitian sebagai sarana pengumpulan data, untuk melihat hipotesis yang sudah ditentukan (Sugiyono, 2013).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sakti Carwash Kota Binjai yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta Km 19, Kec. Binjai Timur, Kota Binjai, Sumatera Utara 20737. Adapun waktu penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2023					2024					
		Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Penerimaan Judul	■										
2	Penulisan Proposal	■	■	■	■	■	■	■				
3	Seminar Proposal								■			
4	Penelitian								■	■	■	
5	Penulisan Skripsi								■	■	■	■
6	Sidang Meja Hijau											■

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Peneliti menetapkan subjek untuk dipelajari dan kemudian membuat kesimpulan tentang kualitas dan karakteristik tertentu mereka sebagai populasi. (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan konsumen Sakti Carwash Kota Binjai dengan karakteristik yang sudah ditentukan sebagai populasi penelitian.

2. Sampel

Sampel dapat didefinisikan sebagai bagian dari karakteristik atau jumlah dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2013). Peneliti menggunakan metode *probability sampling* untuk menentukan sampel pada penelitian ini. Teknik ini merupakan teknik dalam mengambil sampel dengan memberikan kesempatan atau peluang yang tidak berbeda dari seluruh bagian atau populasi agar digunakan sebagai sampel. Terdapat beberapa jenis *probability sampling*. Pada penelitian ini, *Simple random sampling* digunakan, yakni metode pengambilan sampel yang diambil dengan *random* dan tidak melihat tingkatan serta kelompok populasi. (Sugiyono, 2013).

Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cochran*, sebagai berikut : (Nurwadi, 2017)

$$n = \frac{z^2 p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

z : Nilai pada tingkat kepercayaan 95%, yaitu 1,96

p : Peluang benar 50% (0,5)

q : Peluang salah 50% (0,5)

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) 10% (0,1)

Maka perhitungannya adalah :

$$n = \frac{z^2 p \cdot q}{e^2}$$

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

$$n = 96,04 = 97$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka ukuran sampel yang diperoleh pada penelitian ini sebesar 96,04 atau dibulatkan menjadi 97 responden.

D. Jenis Data Penelitian

Sumber data penelitian merupakan sumber data yang diperlukan dalam kegiatan penelitian. Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh (Sugiyono, 2013). Jenis data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut :

1. Data Primer (*Primary Data*)

Data primer digunakan peneliti sebagai bahan untuk menjawab hipotesis yang telah ditentukan. Peneliti akan melakukan pengumpulan data seorang diri secara langsung pada subjek yang akan diteliti.

2. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Data yang dikumpulkan tidak dimaksudkan untuk menyelesaikan masalah. Data ini mudah ditemukan. Literatur, artikel, jurnal, dan situs web yang berkaitan dengan subjek penelitian ini digunakan sebagai sumber data sekunder dalam penelitian ini.

E. Definisi Operasional

Variabel penelitian didefinisikan sebagai fitur, sifat, atau nilai seseorang, objek, serta kegiatan yang memiliki bentuk unik untuk dipelajari oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiyono, 2013). Operasional variabel merupakan penjabaran mengenai definisi dan indikator dari variabel yang digunakan dalam penelitian. Berdasarkan pada teori yang diuraikan, maka variabel dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Independen

Variabel independen merujuk pada variabel yang tidak terikat atau memengaruhi variabel lainnya. Variabel ini menjadi faktor penyebab perubahan pada variabel lain. Dalam suatu model struktural, variabel independen juga dikenal sebagai variabel endogen (Sahir, 2021). Variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan harga.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merujuk pada variabel yang terikat, bergantung atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel ini merupakan akibat dari variabel bebas. Variabel terikat juga dapat disebut sebagai hasil dari variabel bebas (Sahir, 2021). Variabel Dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X1)	“Suatu kondisi yang terus berubah dan terhubung erat dengan produk, layanan, lingkungan, tenaga kerja, serta proses. Hal ini memungkinkan untuk memenuhi atau melampaui harapan akan kualitas layanan yang diharapkan” (Indrasari, 2019).	<i>Reliable</i>	Pelayanan yang diberikan oleh Sakti Carwash Kota Binjai secara konsisten memenuhi harapan saya	Likert
			<i>Responsiveness</i>	Permintaan saya ditanggapi dengan cepat oleh Sakti Carwash Kota Binjai	
			<i>Assurance</i>	Saya merasa yakin bahwa pelayanan yang diberikan oleh Sakti Carwash Kota Binjai sesuai dengan yang diharapkan	
			<i>Empathy</i>	Sakti Carwash Kota Binjai menyediakan hal-hal yang saya butuhkan/inginkan selama menggunakan jasa	

2	Harga (X2)	<p>“Jumlah uang atau nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen atau penjual” (Tjiptono, 2015).</p>	Keterjangkauan Harga	Harga yang diberikan oleh Sakti Carwash Kota Binjai terjangkau	Likert
			Harga sesuai dengan kualitas	Harga yang diberikan oleh Sakti Carwash Kota Binjai sesuai dengan kualitas jasa yang didapatkan	
			Harga sesuai dengan manfaat	Harga yang diberikan oleh Sakti Carwash Kota Binjai sesuai dengan manfaat yang didapatkan	
			Harga sesuai dengan kemampuan	Harga yang diberikan oleh Sakti Carwash Kota Binjai sesuai dengan hasil yang mampu diberikan	
3	Keputusan Pembelian (Y)	<p>“bagian dari perilaku konsumen yang mencakup cara seseorang,</p>	Sesuai Kebutuhan	Saya menggunakan jasa Sakti Carwash Kota Binjai karena sesuai dengan kebutuhan	Likert

	kelompok, dan organisasi memilih, membeli, dan menggunakan barang, jasa, konsep, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.” (Kotler & Keller, 2016)	Mempunyai Manfaat	Saya menggunakan jasa Sakti Carwash Kota Binjai karena sesuai dengan manfaat yang didapatkan
		Ketepatan dalam Membeli Produk	Saya merasa tepat dalam memutuskan untuk menggunakan jasa Sakti Carwash Kota Binjai
		Pembelian Berulang	Saya akan tetap menggunakan jasa Sakti Carwash Kota Binjai sebagai pilihan utama jika ingin menggunakan jasa car wash kembali

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

F. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian. Adapun teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya adalah dengan menggunakan :

1. Pengamatan (*Observation*), Dalam penelitian ini, diadakan observasi berperanserta dimana peneliti ikut serta dalam menggunakan jasa layanan *car wash* bersama dengan konsumen Sakti Carwash Kota Binjai yang diamati dan ikut merasakan langsung, dalam hal ini pengamatan respon

konsumen terkait kualitas pelayanan dan harga pada Sakti Carwash Kota Binjai.

2. Kuesioner, untuk mendapatkan data yang diperoleh bagi pencapaian sasaran penelitian ini maka digunakan pengukuran melalui kuesioner kepada responden konsumen Sakti Carwash Kota Binjai yang berjumlah 60 konsumen Sakti Carwash Kota Binjai mengenai variabel kualitas pelayanan, harga dan keputusan menggunakan jasa *car wash* pada konsumen Sakti Carwash Kota Binjai.

Penyebaran kuesioner digunakan untuk mengukur persepsi responden. Alat ukur yang digunakan adalah skala *likert* menggunakan responden. Bobot nilai kuesioner menggunakan skala *likert* yang dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert

Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2013)

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2013). Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda.

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menghasilkan deskripsi atau gambar dari data yang terlihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum dan minimum. Statistik deskriptif mendeskripsikan data yang akan menjadi sebuah informasi lebih jelas dan mudah untuk dipahami (Wahyuni, 2020).

2. Pengujian Kualitas Data

Sebuah riset dengan melakukan pengukuran variabel menggunakan media kuesioner perlu untuk melalui beberapa pengujian. dimana pengujian ini bertujuan agar dapat melihat item pertanyaan sudah valid atau belum, sudah reliabel atau belum karena jika data yang diolah sudah teruji kebenarannya, maka kualitas penelitian tersebut sudah dapat dikatakan baik. Adapun alat analisis uji kualitas data yang digunakan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas akan dipakai dalam menghitung valid atau sah suatu kuesioner atau tidak. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner dapat menerangkan pengukuran yang dilakukan pada penelitian. Pengujian tingkat *sig.* akan dimulai dengan perbandingan *value* r_{hitung} dengan *value* r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah responden. Uji validitas ini menggunakan alat bantu *software SPSS* dan menggunakan pengujian *corrected item-total correlation*. Uji signifikansi koefisien korelasi biasanya digunakan dalam penentuan layak atau tidaknya item yang digunakan, melalui taraf signifikansi 0,05. Dengan kata lain, jika item memiliki korelasi signifikan terhadap skor total, maka item tersebut dianggap valid. Dengan kriteria sebagai berikut: (Wahyuni, 2020)

- 1) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data yang digunakan valid.
- 2) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data yang digunakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat pengukuran seberapa konsisten pengujian suatu kuesioner yang dihasilkan jika digunakan terus-menerus. Item pertanyaan dianggap reliabel (dapat diandalkan) ketika jawaban yang diberikan oleh responden pada pernyataan yang diberikan terus stabil dan konsisten. Handayani (2020) berpendapat bahwa reliabilitas akan menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari alat ukur yang digunakan pada suatu penelitian. Menurut Sahir (2021), reliabilitas dapat dijelaskan sebagai pengujian konsistensi jawaban yang diberikan oleh peserta penelitian. Reliabilitas ini digambarkan secara *numeric* dalam bentuk *coefficient*. Jika nilai koefisien tinggi, semakin tinggi pula konsistensi nilai dari peserta penelitian.

Uji reliabilitas yang dilakukan diukur dengan aplikasi *software SPSS* dan menggunakan pengujian *Cronbach's alpha* untuk menguji reliabilitas alat ukur yaitu kualitas pelayanan, harga dan keputusan pembelian. Melalui beberapa tahap memutuskan hasil yaitu sebagai berikut: (Wahyuni, 2020)

- 1) Nilai *Cronbach's alpha* > 0.60 maka pernyataan variabel tersebut reliabel.
- 2) Nilai *Cronbach's alpha* < 0.60 maka pernyataan variabel tersebut tidak reliabel.

3. Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik memiliki fungsi dalam menjamin kebenaran bahwa persamaan regresi linear berganda telah tepat secara estimasi, dan tidak bias. Syarat dalam menguji sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah residual atau variabel independen dalam model regresi telah berdistribusi secara normal.

Ini dapat dilakukan dengan dua cara: analisis grafik dan uji statistik. Dalam penelitian ini menggunakan uji statistik yaitu Uji *Kolmogorov Smirnov* (K-S). Uji *Kolmogorov Smirnov* (K-S) dilakukan dengan hipotesis: (Zahriyah et al., 2021)

- 1) H_0 : Data residual tidak berdistribusi normal, apabila *sig. 2-tailed* $< 0,05$.
- 2) H_1 : Data residual berdistribusi normal, apabila *sig. 2-tailed* $> 0,05$.

b. Uji Multikolinieritas

Tujuan uji multikolinieritas adalah agar memastikan bagaimana model regresi menunjukkan bahwa ada korelasi antara variabel independen. Variabel independen yang memiliki nilai korelasi satu sama lain sama dengan nol disebut variabel ortogonal. Nilai toleransi, juga dikenal sebagai variabel inflasi variasi (VIF), dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada tidaknya multikolinieritas. Nilai VIF yang rendah sama dengan nilai toleransi yang tinggi, karena $VIF = 1/\text{toleransi}$. Berikut ini adalah nilai cutoff yang biasa digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas: (Purnomo, 2019)

1. Nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan $VIF \geq 10$, maka terdapat gejala multikolinieritas.
2. Nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan $VIF \leq 10$, maka tidak terdapat gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam model regresi, uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan dalam variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, itu disebut homoskedastisitas, dan jika tidak, itu disebut heteroskedastisitas. Homoskedastisitas atau ketidakhadiran heteroskedastisitas adalah tanda model regresi yang baik. Teknik pengujian Glejser digunakan untuk mengidentifikasi

heteroskedastisitas, dengan dasar analisis sebagai berikut: (Zahriyah et al., 2021)

- 1) Nilai signifikansi $> 0,05$ menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas
- 2) Nilai signifikansi $< 0,05$ menunjukkan bahwa terjadi gejala Heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan jenis pengujian yang melihat pengaruh secara sejalan dari dua variabel atau lebih pada variabel dependen dan variabel independen. Pengujian ini digunakan untuk menyimpulkan kebenaran dari pengaruh variabel independen dan variabel dependen digunakan analisis regresi dimana variabel independen yaitu promosi (X_1), citra merek (X_2), harga (X_3) dan variabel dependen (Y) adalah keputusan pembelian. Berikut adalah rumus dari regresi linear berganda, yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y : Keputusan Pembelian

α : Konstanta

β_1, β_2 : Koefisien Regresi

X_1 : Kualitas pelayanan

X_2 : Harga

e : Standard Error (*error term*)

5. Pengujian Hipotesis

a. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (parsial) ditentukan dengan uji t. Pengujian hipotesis untuk korelasi ini digambarkan melalui hipotesis alternatif (H_a) dan hipotesis nol (H_0). Hipotesis yang akan diuji yaitu :

- 1) $H_0 : b_1 = 0$, (artinya variabel promosi, citra merek dan harga masing-masing secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian) .
- 2) $H_a : b_2 \neq 0$, (artinya variabel promosi, citra merek dan harga masing-masing secara parsial berpengaruh keputusan pembelian).

Kemudian uji t dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} (Ghozali, 2016). Pada tingkat signifikan 5% dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikan > 0.05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya salah satu variabel bebas (independen) tidak mempengaruhi variabel terikat (dependen) secara signifikan.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikan < 0.05 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak yang artinya salah satu variabel bebas mempengaruhi variabel terikat (dependen) secara signifikan.

b. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F dipakai dalam menguji kemampuan seluruh variabel independen secara bersama - sama dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2016). Pengujian hipotesis para persamaan tersebut akan digambarkan dalam hipotesis alternatif (H_a) dan hipotesis nol (H_0). Hipotesis yang akan diuji yaitu :

- 1) $H_0 : b_1, b_2 = 0$ (promosi, citra merek, dan harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian).

- 2) $H_0 : b_1, b_2 \neq 0$ (promosi, citra merek, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian).

Kemudian uji statistik F dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Pada tingkat signifikan 5% dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase dampak setiap variabel bebas pada variabel terikat. Nilai *R-square* adalah antara nol dan satu. Nilai dari *R Square* yang kecil akan mengartikan kemampuan variabel dependen dalam menjelaskan variabel dependen tidak baik (Ghozali, 2016).

R-Square selalu meningkat setiap kali satu variabel independen ditambahkan, tanpa memperdulikan bagaimana variabel ini berdampak dengan signifikan pada variabel independen. Sehingga, sebagian besar penulis menyarankan agar memakai *Adjusted R-Square* ketika mereka menilai model regresi terbaik.