

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang didasari oleh filsafat positivisme yaitu ilmu yang valid atau kaidah-kaidah ilmiah, seperti empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis.¹ Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Penelitian kuantitatif bisa dipakai untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, menunjukkan hubungan antar variabel.²

Jenis metode penelitian ini adalah Kausal. Kausal yaitu Penelitian hubungan yang bersifat sebab akibat antara variabel independen dengan variabel dependen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat seberapa jauh variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Dalam penelitian ini akan dijelaskan pengaruh variabel independen yaitu bauran pemasaran jasa (X) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian ulang (Y) dalam pembelian Kartu Prabayar AXIS pada Mahasiswa UIN Imam Bonjol.

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 7

²*Ibid*, h. 7

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UIN Imam Bonjol Padang yang berlokasi di kampus II dan III UIN Imam Bonjol Padang. Waktu pelaksanaan yang diperlukan untuk penelitian ini adalah satu bulan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yang sedang menggunakan dan pernah melakukan pembelian ulang kartu Prabayar Axis.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan anggota populasi, yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel dapat juga didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.⁴

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan

³Sugiyono, *op.Cit.*,h. 80

⁴*Ibid.*, h. 77

metode pengambilan sampelnya adalah *insidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan yaitu, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut sesuai dengan sumber data.⁵

Untuk menentukan ukuran sampel pada populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti, maka digunakan pendekatan Isac Michel⁶ dengan

$$\text{rumus : } n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Dimana : n = Sampel

p = proporsi populasi (0.3)

q = 1 x q

Z = tingkat kepercayaan/ signifikan (90%)

e = margin of error (10%)

$$n = \frac{(1.65)^2 0.3 \times 0.7}{(0.1)^2} = 56.8 = 57 \text{ orang}$$

Dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 57 orang.

D. Defenisi Operasional

Defenisi Operasional adalah defenisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefenisikan yang dapat diamati (diobservasi), konsep yang

⁵*Ibid.*, h. 84

⁶Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013),

dapat diamati atau dapat diobservasi adalah merupakan hal yang sangat penting, karena hal yang dapat diamati itu membuka kemungkinan bagi orang lain, selain peneliti sendiri untuk melaksanakan, juga agar orang lain dapat melakukan hal yang serupa, sehingga apa yang dilakukan oleh peneliti terbuka diuji kembali oleh orang lain.⁷

Adapun definisi operasional pada penelitian ini adalah :

1. Variabel Independen (variabel bebas)

a. Produk (X_1)

Produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan atau produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar yang bersangkutan.

b. Harga (X_2)

Harga adalah jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.⁸

c. Promosi (X_3)

Promosi merupakan bagian dari salah satu rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang. Kegiatan promosi adalah segala usaha yang dilakukan penjual untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen dan membujuk mereka agar membeli, serta mengingatkan kembali konsumen lama agar melakukan pembelian

⁷Cholid Narbuko dan Abu Achmaidi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta, Bumi Aksara, 2009) h.129

⁸Fandy Tjiptono, *et al, Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta : CV ANDI Offeset, 2008), h. 465

ulang. Promosi juga merupakan kegiatan untuk menyebar luaskan informasi tentang barang atau jasa yang dijual dengan maksud untuk merubah pola perilaku konsumen.⁹

d. Distribusi (X_4)

Distribusi merupakan aktivitas pemasaran yang mampu menciptakan nilai tambah produk melalui fungsi-fungsi pemasaran yang dapat merealisasikan kegunaan/utilitas bentuk, tempat, waktu, dan kepemilikan serta memperlancar arus pemasaran secara fisik dan non-fisik.

e. Karyawan (X_5)

Karyawan adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.

f. Proses (X_6)

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.

g. Bukti Fisik (X_7)

Bukti fisik adalah hal nyata yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan variabel dependen (variabel terikat)

a. Keputusan Pembelian Ulang (Y)

⁹Marwan Asri, *Op.Cit*, h..357

Keputusan Pembelian Ulang adalah suatu keputusan konsumen untuk membeli produk atau jasa lebih dari satu kali

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah sesuatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.¹⁰ Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket/kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan dengan menggunakan *Skala Likert*. Skala likert adalah suatu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang subjek, objek atau kejadian tertentu.

Pertanyaan yang disajikan dalam kuisisioner ini adalah pertanyaan tertutup, yaitu model pertanyaan tersebut disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat dan pilihannya. Alat ukur ini digunakan dengan lima alternatif jawaban dan setiap jawaban diberi poin.

Tabel 3.1

Daftar Skor Jawaban Skala Likert Berdasarkan Sifatnya

Pilihan Jawaban	Kode	Skor
Sangat Setuju/selalu/sangat positif	SS	5
Setuju/sering/positif	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative	TS	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	STS	1

¹⁰ Sugiyono, *Op.Cit*, h.114

Untuk memperoleh instrumen yang baik maka perlu disusun kisi-kisi instrumen. Kisi-kisi instrumen penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

Tabel 3.2
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Independent		
Produk (X_1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek Produk/jasa 2. Kualitas produk/jasa 3. Fitur-fitur produk 4. Desain Produk 	Skala Likert
Harga (X_2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau 2. Harga bersaing 3. Sesuai dengan kualitas 4. Sesuai dengan manfaat 	Skala Likert
Promosi (X_3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi Produk 2. Daya tarik iklan 3. Kuantitas penayangan iklan di media promosi 	Skala Likert
Distribusi (X_4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. kemudahan menjangkau lokasi 2. ketersediaan Produk 3. terdapat banyak pilihan tempat pembelian pulsa 	Skala Likert
Orang/karyawan (X_5)	<ol style="list-style-type: none"> 1. kemampuan karyawan memberi penjelasan 2. keramahan karyawan 3. kesopanan karyawan 4. daya tanggap atas keinginan konsumen 	Skala Likert
Proses (X_6)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Layanan jaringan atau signal yang diberikan 2. Kualitas jaringan 3. Jangkauan jaringan 4. Kejernihan suara 	Skala Likert
Bukti fisik (X_7)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Warna produk yang menarik 2. Label produk yang menarik 3. Kemasan yang sesuai dan menarik 	Skala Likert

	4. Logo yang sesuai	
Dependent		
Keputusan pembelian ulang (Y)	1. Melakukan pembelian ulang 2. Merekomendasikan kepada orang lain 3. Tidak pindah kemerek lain	Skala Likert

F. Jenis dan Sumber Data

Data merupakan faktor yang penting untuk menunjang suatu penelitian. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh peneliti dari sumber pertama baik dari individu atau kelompok, seperti hasil kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang tidak secara langsung diberikan responden kepada pengumpul data, seperti lewat dokumen atau lewat orang lain.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner

Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu yang diberikan kepada sekelompok individu dengan maksud untuk memperoleh data.¹¹ Dalam penelitian ini, kuesioner akan diberikan kepada responden dalam bentuk pertanyaan dan dengan

¹¹Muri Yusuf, *Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Gabungan*, (Jakarta : Kencana, 2014), h. 199

sistem tertutup, yaitu responden akan memilih salah satu dari alternatif jawaban yang diberikan.

2. Dokumentasi

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumentasi melalui internet dan studi kepustakaan. Dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan penulis. Data tersebut diperoleh dalam bentuk buku, jurnal dan berbagai literature dari internet.

H. Uji Coba Instrumen

Untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya, maka digunakan dua macam pengujian, yaitu :

1. Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam menentukan fungsi alat ukurnya. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹²

Sebuah alat ukur dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Tingkat rendahnya validitas alat ukur menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran

¹² Sugiyono, *op.Cit.*, h. 177

variabel yang dimaksud. Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila:¹³

- a. Jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3.
- b. Jika koefisien korelasi *product moment* > r-tabel (α ; n-2), n = jumlah sampel.
- c. Nilai sig $\leq \alpha$.

Rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas menggunakan teknik korelasi *product moment* adalah:

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

dimana:

n = Jumlah responden

x = Skor variabel (jawaban responden)

y = Skor total variabel untuk responden n

2. Uji Realiabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.

Alat ukur yang baik tidak akan bersifat tendensius (*berpihak*) dan mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu.

¹³Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h.

Alat ukur yang dapat dipercaya akan menghasilkan data yang juga dapat dipercaya. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataan, maka berapa kali pun diambil, hasilnya tetap akan sama. Untuk mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah teknik *Alpha Cronbach*. Pada penelitian ini uji reliabilitas alat ukur yang digunakan adalah *Cronbach's Alpha* dengan rumus:¹⁴

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

S_t^2 = Deviasi standar total

$\sum S_b^2$ = Jumlah deviasi standar butir

Untuk mengetahui reliabilitas suatu instrumen penelitian digunakan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.¹⁵

I. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam menginterpretasikan data-data temuan dari hasil penelitian guna menjawab pertanyaan yang ada adalah sebagai berikut :

1. Analisis Induktif

a. Uji Asumsi Klasik

¹⁴Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 166

¹⁵*Ibid.*, h. 173

Model regresi yang baik adalah model regresi yang menghasilkan estimasi linier tidak biasa. Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi, yang disebut dengan asumsi klasik. Adapun pembagian dari asumsi klasik yaitu :

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data variabel *independen* dan data variabel *dependen* adalah normal. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.¹⁶ Normal atau tidaknya distribusi sebuah data dapat dilihat dengan menggunakan *Uji One Simple Kolmogorov Smirnov*. Distribusi data yang dikatakan normal jika nilai signifikansi $> 0,05$.

2) Uji Multikolinearitas

Analisis ini dapat menggunakan SPSS, berguna untuk melihat apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen. Asumsi multikolinearitas menyatakan adanya bahwa variabel independen harus bebas dari segala multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variance Inflation Faktor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut :

¹⁶Suliyanto, *Ekonomi Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta : Andi, 2011), h. 75

- a) $VIF < 5$, maka tidak terdapat multikolinearitas
- b) $VIF > 5$, maka variabel tersebut mempunyai multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atas suatu pengamatan lain. Jika suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Dalam uji ini, apabila hasilnya $Sig > 0,05$, maka tidak terdapat gejala heterokedastisitas, model yang baik adalah tidak terjadinya heterokedastisitas

b. Analisis Regresi Berganda

Untuk menganalisis data digunakan metode analisis regresi berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas baik secara parsial atau secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan program SPSS versi 20.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = \theta + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian ulang

X₁ = Kualitas Produk

X_2 = Harga

X_3 = Promosi

X_4 = Distribusi

X_5 = Orang/karyawan

X_6 = Proses

X_7 = Bukti fisik

∂ = Konstanta

e = Hal diluar variabel X yang mempunyai pengaruh variabel

Y

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7$ = Koefisien regresi yang hendak ditafsirkan.

c. Uji kelayakan Model

1) Uji t (t-test)

Untuk mrnguji pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y) serta melakukan penerimaan atau penolakan hipotesis penelitian berdasarkan hasil pengujian, digunakan uji t dengan rumus :

$$t_o = \frac{bi}{sbi}$$

Keterangan :

t_o = Koefisien nilai test

b_i = koefisien regresi

s_{b_i} = standar kesalahan koefisien regresi

- a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Uji F

Digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini, dapat dilakukan diaplikasi SPSS dengan tingkat signifikan $< 0,05$ melalui tabel ANOVA, dapat diketahui dengan rumus :

$$F = \frac{R^2/(k-1)}{1-R^2/(n-k)}$$

Keterangan :

F = Nilai F hitung

k = Banyaknya variabel bebas

n = Besarnya sampel

R^2 = Koefisien korelasi berganda

Kriteria :

- a) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

b) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3) Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dimana nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas koefisien Determinasi (R^2) mempunyai suatu besaran yang digunakan untuk mengukur garis kebaikan (*goodness of fit*) secara vertikal, untuk proporsi atau persentase total variabel dalam Y yang dijelaskan oleh model regresi, dirumuskan sebagai berikut :

$$R^2 = 1 - (\Sigma (\hat{Y} - Y)^2 / \Sigma (Y - \bar{Y})^2)$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

Y = Y hasil observasi

\hat{Y} = Hasil regresi

Σ = Y rata-rata