

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif ini berfokus pada pengaruh personal penjualan dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Nmax 155 di PT. Yamaha Lautan Teduh Rumbia cabang Lampung Tengah. Menurut (Kasmir, 2021) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk membuktikan suatu teori, baik pengaruh ataupun hubungan atas suatu variabel. Dalam penelitian ini peneliti sudah memiliki masalah yang akan diteliti, sehingga peneliti mencoba mencari akar penyebab permasalahan tersebut. Dimana variabel bebas yaitu personal selling (X1) dan ketersediaan produk (X2) sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di PT. Yamaha Lautan Teduh Rumbia Cabang Lampung Tengah. Waktu penelitian ini berlangsung dari bulan Februari 2024 sampai Juni 2024, dengan responden pelanggan PT. Yamaha Lautan Teduh Rumbia di Lampung Tengah.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2018.)

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen di Lampung Tengah yang membeli dan menggunakan produk motor Yamaha Nmax 155. Maka dari itu jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui.

2. Sampel

Menurut (Mamik, 2015) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan metode *non probability sampling*. Menurut (Kasmir, 2021) *purposive sampling* merupakan cara penentuan sampel dengan tujuan tertentu yang diinginkan peneliti. Dalam hal ini pertimbangan peneliti adalah konsumen yang membeli dan menggunakan motor Yamaha Nmax 155.

Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan rumus *Lemeshow*, digunakannya rumus *Lemeshow* karena populasi tidak diketahui, dan dirumuskan sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel minimal yang diperlukan

z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = *maksimal estimasi* = 0,5

d = Alpha (0,10) atau *sampling error* 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat dihitung untuk mendapatkan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96^2)0,5(1 - 0,5)}{(0,10^2)}$$

$$n = 96,04$$

$$= 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka didapatkan sebanyak 96,04 responden supaya penelitian ini menjadi mudah, maka sampel dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi jumlah yang digunakan dalam

penelitian ini adalah 100 responden. Untuk mendapatkan data dari responden peneliti datang PT. Yamaha Lautan Teduh Rumbia Cabang Lampung Tengah dan membagikan kuesioner kepada orang yang sedang berkunjung atau membeli produk motor Yamaha Nmax 155 tersebut.

D. Variabel penelitian

Menurut (Sanusi, 2017) penelitian bekerja pada tataran teoritis dan tataran empiris. Pada teoritis, peneliti mengidentifikasi konstruk – konstruk serta hubungan – hubungan dengan proporsi dan teori. Pada tataran ini, konstruk itu tidak dapat diamati karena belum ada nilainya. Lalu lantaran empiris, peneliti mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan mengoperasikan variabel – variabel, termasuk menemukan hubungan-hubungan antar variabel. Pada lantaran ini, pengamatan sudah dapat dilakukan karena variabel sudah mengandung nilai.

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel X atau Variabel independent (bebas) adalah yang mempengaruhi atau menjadi perubahan atau timbulnya variasi *dependent* (terikat). Pada penelitian ini yang akan menjadi variabel bebas adalah personal selling (X1) dan ketersediaan produk (X2).

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel (Y) dependent (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel dari penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y)

E. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator
Personal Selling (X1)	Bisnis penjualan pribadi adalah promosi secara langsung antara dua belah pihak yang berakhir dengan pertukaran barang atau jasa. Akibatnya, antara pembeli dan penjual terjadi hubungan langsung yang bersifat timbal balik dengan pertukaran informasi tentang barang dan jasa, yang menguntungkan kedua belah pihak (Tjiptono, 2015)	1. Kreativitas 2. Pengetahuan produk 3. Kemahiran berkomunikasi 4. Empati
Ketersediaan Produk (X2)	Ketersediaan produk membantu mengantisipasi perubahan permintaan barang yang mungkin terjadi karena perubahan dan permintaan pelanggan. Ketersediaan produk juga	1. Persediaan produk yang selalu ada di toko 2. Kemudahan untuk melakukan pembelian produk

	membuat penjual merasa lebih baik tentang kelengkapan barang dagangan mereka (Alma, 2015)	3. Kelengkapan produk yang ada di outlet 4. Distribusi produk yang merata dan tersedia di berbagai outlet
Keputusan Pembelian (Y)	Jenis kebiasaan konsumen dalam melakukan pembelian berbeda untuk setiap pelanggan, sehingga keputusan pembelian tidak dapat dipisahkan dari sifat konsumen.	1. Rangsangan menggunakan produk 2. Pengaruh komersial 3. Kepuasan setelah pembelian 4. Tindakan setelah pembelian.

Sumber : Diolah Oleh Penulis (2024)

F. Jenis Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya kegiatan penelitian penulis. Data pada awalnya hanyalah bermula dari data mentahan atau data yang belum diolah. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang pertama kali dikumpulkan oleh peneliti dalam hal ini primer didapat dari jawaban kuisisioner yang dibagikan kepada konsumen PT. Yamaha Lautan Teduh Rumbia Cabang Lampung Tengah. Data ini dikumpulkan untuk menjawab masalah dalam penelitian.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah dikumpulkan oleh orang lain. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian seperti buku-buku dan literatur yang berkaitan dengan penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

- 1) Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang sering tidak memerlukan peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan yang sudah disusun secara terlebih dahulu (Sanusi, 2017).

Kuesioner dalam penelitian menggunakan tipe pertanyaan tertutup. Pertanyaan yang mengharapakan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pernyataan yang telah tersedia. Pertanyaan pada angket tertutup menggunakan skala likert 1-5 dengan menggunakan pertanyaan berskala jawaban untuk setiap instrumen skala likert mempunyai gradiasi dari negatif sampai positif.

Tabel 3.2

Model Skala Likert

Jawaban Pertanyaan	Bobot Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
R (Ragu-Ragu)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : Diolah Oleh Penulis (2024)

Menurut (Hertanto,2017) kelebihan instrumen kuesioner yang menggunakan skala Likert dengan 5 skala adalah Kuesioner tersebut mampu mengakomodir jawaban responden yang bersifat netral atau ragu-ragu. Dalam penelitian ini dalam satu indikator terdapat dua pertanyaan atau pernyataan alasannya adalah apabila pada saat dilakukan uji instrument penelitian diperoleh hasil tidak valid atau tidak reliable maka masih ada item pernyataan yang biasa digunakan untuk mengukur indikator (Azhari et al., 2023).

H. Teknik Analisis Data

Analisis data kuantitatif adalah metode komputasi dan statistik yang berfokus pada analisis statistik, matematik atau numerik dari kumpulan data. Maka dari itu, untuk menggunakan metode ini pada penelitian anda, pastikan data anda dapat diukur atau dinumerikkan.

Kegiatan analisis data adalah sebuah proses investigasi, pembersihan, transformasi dan pemodelan data menggunakan tujuan

menemukan gosip yang bermanfaat, menginformasikan, kesimpulan serta mendukung pengambilan keputusan.

I. Instrumen Penelitian

Menurut (Indah Suciati & Hapsan, 2022) instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk memperkirakan indikasi alam ataupun sosial yang diteliti, secara eksklusif semua indikasi tersebut dikatakan variabel penelitian.

a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum (Budi & Yasa, 2023). Pada penelitian ini analisis statistik deskriptif terdiri dari nilai mean, median, maksimum, minimum, dan standar deviation. Analisis statistik memiliki tujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data berdasarkan pada hasil yang diperoleh dari jawaban responden dari variabel yang diteliti yaitu *personal selling*, ketersediaan produk, dan keputusan pembelian.

b. Uji Validitas

Menurut (Hidayat, 2021) Alat ukur atau sebuah instrument yang akan dilakukan penelitian untuk menjadi alat ukur yang bisa diterima atau standar maka alat ukur tersebut harus melalui uji validitas dan reliabilitas dari data metode korelasi yang digunakan adalah *person moment* menggunakan SPSS, yang dirumuskan sebagai berikut :

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

Keterangan :

R = koefisien korelasi

X = skor butir

Y = skor butir soal

N = jumlah sampel

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya setiap item soal valid

Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ artinya setiap item soal tidak valid

b. Pengujian validitas instrumen dilakukan menggunakan program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 25)

c. Uji Realibilitas

Menurut priyatno dalam (Indrawanto, 2019) adalah kegiatan menguji kuesioner sebagai alat pengukur gejala pada suatu waktu tapi senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Uji Reliabilitas

$$[k] [\sum \sigma t^2]$$

dalam penelitian ini menggunakan pengelolaan yang dibantu oleh SPSS (Statistical program and Sevice Solution seri 25) dengan membandingkan antara alpha dengan interpretasi nilai r. Uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach yaitu :

$$r_n = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma t^2}{\sum \sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

r_n = Reliabilitas instrumen

$\sum \sigma i$ = jumlah varian skor tiap item

K = banyaknya soal

σt^2 = Variabel total

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r Alpha indeks korelasi sebagai berikut :

Tabel 3.3

Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Nilai Korelasi	Keterangan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat

Nilai Korelasi	Keterangan
0,80-0,1000	Sangat kuat

(Sinambela 2014)

d. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan hasil yang akurat terhadap analisis regresi berganda maka peneliti melakukan pengujian asumsi klasik untuk mengetahui apakah ada data yang digunakan telah memenuhi ketentuan dalam model regresi. Uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedestisitas, analisis regresi linier berganda (Hidayatullah, 2023).

1) Uji Normalitas

Menurut (Hidayatullah, 2023) Uji normalitas memiliki tujuan untuk melihat normal tidaknya distribusi variabel X dan variabel Y dalam model regresi. Uji normalitas dalam melakukan dengan menggunakan Uji Kolmogrov-Smirnov yang terdapat di program SPSS yang merupakan salah satu cara menguji normalitas residual. Pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu :

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka data tersebut terdistribusi normal

2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka data tersebut tidak terdistribusi dengan normal.

2) Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Hidayatullah, 2023). Metode pengambilan keputusan untuk uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

1. Data yang diuji tidak memiliki multikolinieritas jika nilai toleransi lebih dari 0,10. Sebaliknya, jika nilai toleransi kurang dari 0,10, maka ada multikolinieritas pada data yang diuji.
2. Nilai Variance Infation Faktor (VIF) tidak menunjukkan multikolinieritas pada data yang diuji. Sebaliknya, nilai VIF lebih dari 10.00 menunjukkan multikolinieritas pada data yang diuji.

Uji heteroskedastisitas (Hidayatullah, 2023) digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi dengan varians dan residual satu dibandingkan dengan pengamatan lain

menunjukkan regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut ini digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas:

1. Dalam kasus di mana sig.2-tailed kurang dari 0,05, maka terdapat masalah heteroskedastisitas dengan variabel bebas yang menunjukkan heteroskedastisitas.
2. Dalam kasus di mana sig.2-tailed lebih besar dari 0,05, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas dan variabel bebas dapat ditunjukkan mengalami heteroskedastisitas.

e. Metode Analisis Data

a) Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Hutasuhut et al., 2023) uji Regresi linier berganda bertujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih regresi disebut juga regresi berganda oleh karena variabel independen yang digunakan atau dari situ maka regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu pengaruh *personal selling* (X1) dan pengaruh ketersediaan produk (X2) terhadap volume penjualan (Y) rumus regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$$

Keterangan

Y = nilai variabel *dependent* keputusan pembelian (Y)

A = Konstanta

X1 = nilai variabel *Independent personal selling* (X1)

X2 = nilai variabel *Independent* ketersediaan produk (X2)

b1 = Nilai coefficients

b2 = Nilai koefisien

2) Pengujian Hipotesis

a) Uji t

Uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel variabel dependen (Romer, 2020) pengujian ini dilakukan dengan kriteria apabila signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis ditolak

b) Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama –sama terhadap variabel dependen atau terikat (Imam Ghozali) dalam (Wahyuni, 2018). Ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat ditentukan

dengan menggunakan uji simultan F. Pengujian statistik Anova adalah jenis pengujian hipotesis yang memungkinkan Anda membuat kesimpulan berdasarkan data statistik atau kelompok statistik yang disimpulkan. Nilai F dalam tabel ANOVA, dengan tingkat signifikansi 0,05, digunakan untuk menunjukkan hasil uji ini. Ketentuan uji F adalah sebagai berikut:

- a. Semua variabel independen dan bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan terikat jika nilai signifikan $F < 0,05$.
- b. Semua variabel independen atau bebas tidak berdampak signifikan pada variabel dependen atau terikat jika nilai signifikan F lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa H_0 dan H_1 diterima.

c) Uji Koefisien determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2018) koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 semakin besar, kemampuan variabel-variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y) amat terbatas atau rendah. Uji koefisien

determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *personal selling* dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian. Guna mengukur besarnya pengaruh variabel variabel bebas (independen) terhadap variabel (dependen) secara parsial maupun berganda akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

