

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1.1. Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dilakukan melalui cara statistik atau matematika yang disebut dengan metode kuantitatif. Menurut Creswell dalam Kusumastuti (2020: 2) “Menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang dimanfaatkan oleh para peneliti untuk menguji suatu teori dan menganalisis hubungan antara variabel melalui dengan cara matematika ataupun statistic”. Pengukuran variabel menggunakan instrument penelitian sehingga data yang diperoleh berupa angka kemudian dianalisis sesuai dengan prosedur statistik. Dengan demikian penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap peningkatan minat beli konsumen pada Maju Teti di Kota Gunungsitoli.

Selanjutnya, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif dalam penelitian ini. Pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pengalaman subjek, mencakup aspek perilaku, motivasi, persepsi, serta tindakannya. “Pemahaman ini disajikan melalui deskriptif dalam bentuk bahasa atau narasi, dan disesuaikan dengan konteks alami yang khas, serta dilakukan dengan memanfaatkan berbagai macam metode ilmiah” (Moleong dalam Herniwati, 2018: 11). Dalam hal ini, bahwa tujuan dari pendekatan deskriptif yaitu untuk mendeskripsikan gambaran suatu situasi atau keadaan dan macam-macam, fenomena yang menyangkut dengan topik penelitian dengan cara terstruktur dan sistematis. Dengan demikian, dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis dan memberikan gambaran mengenai Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Peningkatan Minat Beli Konsumen Pada Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli.

1.2. Variabel Penelitian

Menurut Suryabrata (2018: 25) Bahwa kata atau istilah dari variabel dapat diartikan bermacam-macam. Dalam penelitian ini variabel diartikan yaitu sesuatu hal yang akan dijadikan oleh sebuah objek pengamatan oleh peneliti, variabel penelitian ini adalah faktor penting dalam sebuah penelitian karena berperan sebagai peristiwa atau masalah yang akan diteliti oleh si peneliti.

Sehingga variabel Y disebut sebagai variabel terikat (*dependent*) dan variabel X adalah variabel bebas (*independent*). Sehingga variabel Y (Minat Beli Konsumen) dikatakan variabel terikat (*dependent*) dan variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan variabel X2 (promosi) dikatakan variabel bebas (*independent*).

Menurut Cahyono (2020: 22) Variabel X₁ (kualitas layanan) memuat 5 indikator, sebagai berikut:

1. Memberikan layanan secara cepat, tepat, dan konsisten kepada konsumen atau pelanggan atau disebut sebagai "*Reliability* (Keandalan)".
2. Membantu mengatasi keluhan konsumen dengan cepat dan tepat atau disebut sebagai "*Responsiviness* (Ketanggapan)".
3. Menciptakan rasa percaya dan kenyamanan terhadap diri para konsumen atau disebut sebagai "*Assurance* (Jaminan)".
4. Memahami kebutuhan serta keinginan dari para konsumen atau disebut sebagai "*Empatty* (Empati)".
5. Fasilitas yang dimiliki sebuah perusahaan dalam membantu karyawan untuk menerapkan pelayanan terhadap konsumen atau disebut juga sebagai "*Tangibel* (Berwujud)".

Lupiyoadi dan Hamdani (2016: 121) Variabel Harga (X2) terdiri 6 Indikator Promosi yaitu sebagai berikut:

1. Menyampaikan informasi kepada orang banyak seputar produk barang/jasa yang kita miliki disebut sebagai Periklanan (*adversiting*).
2. Bertatap muka secara langsung kepada calon pembeli produk barang/jasa yang kita miliki disebut sebagai Penjualan Personal (*personal selling*).
3. Perusahaan memberikan diskon, kupon, dan mengadakan pameran untuk menarik minat konsumen disebut sebagai Promosi penjualan (*sales promosion*).
4. Menyebarkan informasi seputar produk barang/jasa yang kita miliki untuk membangun hubungan yang positif kepada orang banyak disebut sebagai Publisitas dan hubungan masyarakat (*publicity and public relation*).
5. Perbincangan yang dilakukan antara konsumen yang satu ke konsumen yang lain disebut sebagai Informasi dari mulut ke mulut (*word of mounth*).
6. Pemasaran yang dilakukan dengan turun langsung pada pasar tujuan untuk menjual produk barang/jasa ke konsumen disebut sebagai Pemasaran Langsung (*direct marketing*).

Menurut Ferdinand dalam Septyadi et al., (2022) Variabel Minat Beli Konsumen (Y) memiliki 4 Indikator yaitu:

1. Kecenderungan konsumen dalam melakukan pembelian Produk barang/jasa atau dengan kata lain disebut sebagai "Minat transaksional".

2. Kecenderungan seseorang dalam merekomendasikan produk barang/jasa kepada orang lain atau dengan kata lain disebut sebagai “Minat referensial”.
3. Kecenderungan konsumen untuk memiliki produk barang/jasa yang menjadi favoritnya atau pilihan utamanya atau dengan kata lain disebut sebagai “Minat preferensial”.
4. Kecenderungan seorang konsumen untuk terus mencari tahu secara detail informasi seputar produk yang dia minati atau dengan kata lain disebut sebagai “Minat eksploratif”.

1.3. Populasi dan Sampel

1.3.1. Populasi

Menurut Sudjana (2016: 1) “Populasi adalah keseluruhan nilai yang mungkin di peroleh melalui hasil perhitungan dan pengukuran secara kualitatif maupun kuantitatif, yang menggambarkan karakteristik dan sifat-sifat dari anggota kelompok yang menjadi objek kajian”.

Sedangkan pendapat Umar (2018: 77) “Area umum yang akan menjadi objek serta subjek dalam sebuah penelitian, dimana memiliki kesempatan untuk dipilih dan dijadikan bagian dari sampel”.

Pada penelitian ini, yang menjadi populasinya yaitu Pelanggan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli dari Januari 2025 s.d Juni 2025 diperkirakan sebanyak 300 responden.

1.3.2. Sampel

Sampel adalah elemen dari populasi yang sudah ditentukan oleh peneliti sebagai perwakilan keseluruhan dari populasi. Dari populasi yang telah ditetapkan, peneliti mengambil sampel yang bersifat mewakili, yaitu dapat mencerminkan dan mewakili karakteristik secara umum dari seluruh anggota populasi.

Menurut Arikunto (2016: 134) “Sampel merupakan perwakilan yang dijadikan oleh peneliti sebagai objek selama proses penelitian. Jika jumlah subjek melebihi dari 100 responden, maka pengambilan sampel dapat dilakukan sebesar 10% sampai 20% dari jumlah

keseluruhan populasi”. Namun, jika subjek penelitian yang akan diteliti dibawah 100 orang, maka dengan demikian seluruh populasi tersebut bisa dijadikan sampel”.

Berdasarkan pendapat-pendapat yang telah dikemukakan sebelumnya, peneliti menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10% dari jumlah populasi. Adapun perhitungan sampel menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{300}{1 + 300(0,1)^2}$$

$$n = \frac{300}{1 + 300(0.01)}$$

$$n = \frac{300}{1 + 3}$$

$$n = \frac{300}{4}$$

$$n = 75$$

3.4.Jenis Data dan Instrumen Penelitian

3.4.1. Jenis Data

Menurut Sugiyono (2017) “Data merupakan suatu dasar yang digunakan dalam membuat suatu kesimpulan atau untuk mendapatkan suatu hasil dalam sebuah penelitian.” Berdasarkan sifatnya dalam sebuah penelitian data terbagi dua yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Menurut **Indriantoro dan Supomo (2018)** “Dalam sebuah penelitian untuk memperoleh sebuah data terbagi menjadi dua bagian yaitu; data yang diperoleh secara langsung, dan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui narasumber lain terlebih dahulu”.

3.4.2. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian merupakan alat ukur yang digunakan dalam mengukur variabel dalam penelitian. Dalam penelitian ini instrument penelitian yang digunakan yaitu angket. Angket merupakan sebuah alat yang digunakan dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan atau mengumpulkan data. “Proses ini dilakukan dengan menyebarkan formulir yang memuat pernyataan atau serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada responden guna memperoleh jawaban atau respons secara tertulis” Waluya, (2014: 95)

Angket ini berisi pertanyaan-pertanyaan yang mencakup tentang promosi, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Angket ini diisi langsung oleh responden, dan responden diminta untuk memberi tanda centang (√) pada kolom yang telah tersedia di setiap butir angket kualitas pelayanan, promosi dan minat beli konsumen terdiri dari 10 pernyataan serta memiliki 5 keterangan pilihan jawaban dalam angket yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (R) Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Responden akan memberikan tanda ceklis pada keterangan yang menurutnya sesuai dengan pertanyaan atau pernyataan yang ada pada angket.

Table 3.1 Skoring Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
(SS) Sangat Setuju	Lima (5)
(S) Setuju	Empat (4)
(R) Ragu-ragu	Tiga (3)
(TS) Tidak Setuju	Dua (2)
(STS) Sangat Tidak Setuju	Satu (1)

Skala likert ini bertujuan untuk memberikan pemberian nilai pada masing-masing pernyataan angket. Masing-masing pernyataan

angket tersebut mengandung pernyataan positif dan setiap pilihan jawaban pada angket diberikan skor, dimana skor maksimal adalah 5 untuk respon Sangat Setuju (SS) dan skor minimum adalah 1 untuk respon Sangat Tidak Setuju (STS).

3.5.Pengumpulan Data

Menurut Nizamuddin, dkk. (2021:136) “Prosedur dalam melakukan pengumpulan data yaitu sebuah metode atau strategi yang dipakai oleh sorang peneliti dengan maksud untuk mengumpulkan data atau informasi yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian”. Proses ini menjadi dasar dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan guna mendukung pelaksanaan penelitian yang secara menyeluruh. Oleh karena itu, pada penelitian yang dilakukan pada Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli, peneliti menggunakan berbagai cara dalam mengumpulkan data guna memperoleh informasi secara tepat dan sesuai pada kebutuhan studi.

3.5.1. Observasi

Sugiyono (2017) “Mengatakan Observasi yaitu salah satu cara yang dilakukan dengan tujuan mengumpulkan data untuk keperluan penelitian dengan metode melakukan pengamatan secara mendalam serta melakukan pencatatan secara sistematis terkait masalah yang terdapat pada penelitian tersebut”. Teknik observasi atau pengamatan meliputi pengamatan yang dilakukan secara langsung serta pengumpulan data yang dilakukan peneliti, serta mengamati secara langsung mencakup proses mengamati, melihat, menghitung, mencatat, serta mengukur berbagai macam peristiwa. Dalam hal ini, peneliti mengamati tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Peningkatan Minat Beli Konsumen pada Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli.

3.5.2. Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono (2019) “Angket merupakan salah satu instrumen dalam penelitian dengan tujuannya yaitu untuk memperoleh data, dengan cara meminta kepada responden mengisi pernyataan yang telah di uraikan peneliti dalam angket”. Dalam penelitian ini yang menjadi responden yaitu konsumen/pelanggan di Toko Maju Teti Kota Gunungsitoli.

3.6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis kuantitatif, yang dimana data yang disajikan berupa. Penelitian ini melibatkan tiga variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dalam menganalisis data yang telah diperoleh, peneliti menggunakan bantuan Aplikasi SPSS Versi 25.

3.6.1. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018:14) “Pengujian validitas merupakan pengujian yang dilakukan oleh peneliti yang bertujuan mengetahui sampai mana suatu instrument dalam sebuah penelitian dapat melakukan pengukuran dengan apa yang seharusnya diukur pada sebuah penelitian”. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan langkah-langkah secara manual, yaitu dengan menghubungkan atau mengkorelasikan antar skor faktor (penjumlahan dari semua item). Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Adapun keputusan uji $r_{xy} \geq r_{tabel}$ = item tersebut valid dan apa bila $r_{xy} < r_{tabel}$ = item tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) “Pengujian reliabilitas merupakan pengujian sebuah data dalam sebuah penelitian dengan tujuan mengetahui serta menilai/mengukur indikator dari sebuah variabel”. Dalam pengujian ini peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Adapun keputusan uji $r_{xy} \geq r_{tabel}$ = item tersebut reliabel dan apa bila $r_{xy} < r_{tabel}$ = item tersebut tidak reliabel.

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis klasik dilakukan untuk menilai kelayakan model regresi yang akan digunakan dalam penelitian, dan memastikan bahwa model tersebut memenuhi asumsi-asumsi dasar statistik. Pada penelitian ini ada beberapa uji asumsi klasik yang digunakan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Menurut Suliyanto (2011:69) “Pengujian normalitas data dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah residual yang telah terstandarisasi dalam model regresi terdistribusi normal”. Jika sebagian besar nilai residual standar berada atau mendekati nilai rata-rata, maka residual dapat dikatakan mengikuti distribusi normal. Penilaian terhadap data mengikuti distribusi atau berdistribusi normal sangat penting dalam analisis statistik. Menurut Ghozali dalam Sujarweni, (2015:225) “Suatu variabel dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$). Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari atau lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$), maka data tersebut dianggap tidak berdistribusi normal”.

2. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali I (2018) “Pengujian multikolinearitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan tujuan mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel bebas pada model regresi”. Dalam melakukan pengujian ini peneliti menggunakan aplikasi SPSS, dengan berpatokan pada nilai VIF, yaitu sebagai berikut:

- a. Model regresi dikatakan mengalami masalah apabila nilai VIF kurang dari nilai 10 atau nilai tolerancinya lebih besar dari nilai 0,1.
- b. Multikolonieritas tidak terjadi di antara variabel-variabel apabila nilai koefisien korelasi antar variabel kurang dari atau lebih kecil dari nilai 0,05.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali dalam Kumayas, dkk (2024:79) “Pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan model menggunakan pengujian glejser serta scatterplot, artinya pengujian hipotesis diperlukan untuk menentukan apakah ada ketidaksamaan varians antara residu yang diamati satu dengan yang lain dalam model regresi”. Nilai probabilitas F-statistik, juga dikenal sebagai nilai F hitung, digunakan untuk menentukan apakah heteroskedastisitas terjadi atau tidak pada model regresi linier. Berikut adalah syarat/kriteria umum untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas, khususnya dengan uji Glejser:

1. Melalui Uji Glejser:

Regresi dilakukan dengan variabel independen terhadap nilai absolut residual (ABSRES). Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya lebih besar dari nilai 0,05, pada data penelitian tersebut (HO diterima). Namun sebaliknya jika signifikansinya lebih kecil dari nilai 0,05 maka terjadi

gejala heteroskedastisitas pada data penelitian tersebut (HO ditolak)

2. Melalui Scatterplot:

Apabila titik-titik pada pola melakukan penyebaran yang tidak teratur atau tanpa arah serta tidak membentuk suatu pola tertentu (misalnya menyebar meruncing ataupun melebar), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data penelitian tersebut tidak terjadi atau bebas dari gejala heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas terjadi apabila titik membentuk pola tertentu.

3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiyono (2017:277) Analisis regresi linear berganda yaitu metode analisis statistik yang dilakukan dengan tujuan mengidentifikasi arah dan sifat hubungan antara dua variabel atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen, baik hubungan tersebut bersifat positif maupun negatif, serta untuk memperkirakan nilai dari variabel dependen.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode kuantitatif. Tujuan pertama penelitian agar mengetahui sejauh mana variabel bebas memengaruhi variabel terikat dalam suatu penelitian yang akan dilakukan pada Toko Teti melalui analisis regresi berganda. Proses pengolahan data dalam penelitian ini difasilitasi oleh penggunaan alat program perangkat lunak statistik. Hasil pengolahan ini disimpan dalam bentuk hasil pengolahan, yang kemudian menginterpretasikan dan menganalisis output data. Hasil investigasi diperoleh setelah melakukan analisis tentang peningkatan minat beli konsumen.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, peneliti menggunakan regresi berganda yang melibatkan satu variabel dependen dan sejumlah variabel independen. Dalam penelitian ini, minat beli konsumen adalah variabel terikatnya, dan kualitas pelayanan dan promosi adalah variabel bebasnya.

3.6.4. Uji t

Menurut Ghozali (2018) “Pengujian secara parsial uji t digunakan untuk mengetahui hubungan satu persatu variabel independent terhadap variabel independent”. Untuk menyimpulkan hasil uji t tersebut maka terdapat patokan yang harus di lihat, yaitu:

- a. Ho diterima jika Sig. lebih dari 0,05.
- b. Jika Sig. kurang dari 0,05, Ho ditolak.

3.6.5. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:74) “Mengatakan bahwa hasil yang didapatkan dari dari uji f signifikan dengan model regresi yang digunakan tidak cocok untuk pengujian apabila nilai yang diperoleh p lebih besar dari nilai 0,05,”. Reliabilitas perbandingan diukur dengan taraf signifikansi 5% (0,05). survei ini memiliki tujuan untuk melihat Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap peningkatan minat beli konsumen di Toko Teti Maju Kota Gunungsitoli. Pengujian ini dijalankan ketika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, karena variabel independen menjadi satu dan tidak mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan.

3.6.6. Uji Korelasional

Menurut Sugiyono (2017) “Uji korelasional dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana kuat atau eratnya hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya”. Tingkatan hubungan variabel-variabel tersebut terbagi dalam tiga bagian yaitu; hubungan yang positif, hubungan yang negatif, dan tidak mempunyai hubungan sama sekali. Hubungan yang positif menunjukkan arah yang sama antar variabel artinya jika variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel promosi (X2) besar maka

variabel Y semakin besar, sedangkan, variabel negatif menunjukkan arah yang berlawanan, artinya jika variabel X1 dan X2 besar maka variabel Y kecil.

3.6.7. Uji Koefisien Determinasi

Sebagaimana dikemukakan oleh Ghozali dalam Sujarweni (2015:228) Uji koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan secara lebih detail sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, selain itu, melalui hasil pengujian ini, peneliti dapat mengetahui persentase perubahan pada variabel dependen yang disebabkan oleh variabel independen.

Semakin tinggi tingkat perubahan yang disebabkan oleh variabel independen, maka semakin besar pula dampaknya terhadap variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui serta mengevaluasi bagaimana kualitas pelayanan, dan promosi mempengaruhi minat beli konsumen

3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.7.1. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini bertempat Jln. Onan Baru, No.51 Toko Maju Teti Kota gunungsitoli.

3.7.2. Jadwal Penelitian

Untuk melaksanakan penelitian ini, peneliti telah membuat jadwal sebagai panduan penelitian sebagai berikut :

Table 3.2 Jadwal Penelitian

Kegiatan	JADWAI																	
	Desember 2024			Januari 2025			Maret 2025				Juni 2025				Agustus 2025			
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Kegiatan Proposal Skripsi																		
Konsultasi Kepada Dosen Pembimbing																		
Pendaftaran Seminar Proposal Skripsi																		
Pengumpulan Data																		
Penulisan Naskah																		
Ujian Skripsi																		

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2025