

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan peneliti yaitu penelitian lapangan (*Field Reserch*) yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung dilapangan.<sup>1</sup> Peneliti juga menggunakan metode *survey* pengumpulan data pada wilayah yang ditentukan secara alami, data peneliti didapati dari pendistribusian kuesioner, serta wawancara dan kegiatan lainnya.<sup>2</sup> fokus penelitian ini yang diamati yaitu pengaruh kualitas pelayanan, citra lembaga, dan harga terhadap keputusan pembelian di lembaga bimbingan belajar Ahe Ummy Dewi.

Pada penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian berlandaskan filsafat positivism yangdi fokuskan pada sebuah populasi dimana didalamnya terdapat sampel. Untuk proses berkelanjutan sampel diambil secara random,data dikumpulkan dengan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, yang bertujuan untuk pengujian hipotesis.<sup>3</sup>

#### B. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah yang sudah tergeneralisasi mencakup obyek atau subyek dalam kuantitas dan kekhususan tertentu yang akan digunakan oleh peneliti, guna dikaji serta membuat kesimpulan,<sup>4</sup> penentuan populasi dalam penelitian ini yaitu orang tua yang telah mendaftarkan anaknya ke Lembaga Bimbingan Belajar Ahe Ummy Dewi sebanyak 263 murid (penjumlahan dari seluruh murid dari tahun 2016 hingga 2021).

##### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian kecil suatu populasi atau sebagian kecil dari berbagai karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, yang yang ditentukan dengan syarat tertentu untuk mewakili populasinya.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Yuniati Sitorus, Dkk., *Metode Dan Teknik Penyusunan Proposal Penelitian* (Medan: Guepedia, 2020), 101.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2014), 6.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 8.

<sup>4</sup> Sandu Siyoto Dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 63.

<sup>5</sup> Sandu Siyoto Dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* , 64.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teknik *non probability sampling* yang artinya teknik yang tidak ada kesempatan peluang responden atau kesempatan yang sama bagi yang termasuk anggota dari populasi untuk diseleksi dalam sampel. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel dengan yang sudah ditentukan kriteria tertentu yang mendukung penelitian.<sup>6</sup> Kriteria tanggapan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini diantaranya:

- a. Orang tua murid bimbingan belajar Ahe Ummiy Dewi
- b. Telah bergabung di Ahe Ummiy Dewi
- c. Bersedia mengisi kuesioner yang telah dilampirkan

Dalam penentuan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini, dengan penggunaan rumus *Slovin*:<sup>7</sup>

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

Dimana : (n) merupakan jumlah sampel minimal, (N) merupakan jumlah populasi, dan (e) merupakan persentase ketidaktepatan karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

Berdasarkan rumus diatas dapat diketahui jumlah murid Lembaga Bimbingan Ahe Ummiy Dewi sebanyak 263 murid. Dengan demikian penggunaan jumlah sampel dalam kegiatan penelitian adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)} = \frac{263}{1+(263 \times 0,1^2)} = \frac{263}{3,63} = 72,451$$

n = 72,541 responden dibulatkan menjadi 72 responden

Berdasar hasil perhitungan rumus diatas maka didapatkan sampel digunakan dalam penelitian ini berjumlah 72 murid Ahe Ummiy Dewi yang diwakilkan pada orang tua masing-masing.

### C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian merupakan variable yang dapat terpengaruh berbagai macam faktor sehingga dapat mengalami perubahan ataupun pengubahan untuk maksud tujuan tertentu dalam kegiatan yang dilakukan yaitu penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua

<sup>6</sup> Sandu Siyoto Dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* , 65.

<sup>7</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa Untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal Dan Hasil Riset Bidang Manajemen Dan Akuntansi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 141.

variabel yaitu variabel *independen* dan variabel *dependen*. Variabel *independen* adalah variabel yang sering disebut variabel bebas dimana dapat memberikan pengaruh atau menyebabkan perubahan atau terjadinya variabel terikat. Variabel *dependen* disebut juga variabel terikat merupakan variabel yang dapat terpengaruh atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas.<sup>8</sup> Masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

1. Variabel *independen* : kualitas pelayanan ( $X_1$ ), citra lembaga ( $X_2$ ) dan biaya ( $X_3$ ).
2. Variabel *dependen* : keputusan pembelian ( $Y$ ).

**D. Variabel Operasional**

Definisi operasional merupakan beberapa landasan berupa keterangan yang mendukung suatu variabel ataupun instrumen yang mengindikasi variabel tersebut<sup>9</sup>

**Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
1	Kualitas pelayanan ( $X_1$ )	Kualitas pelayanan adalah ukuran nilai dari konsumen atas pelayanan yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. <sup>10</sup>	1. Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	1. Memberikan layanan yang tanggap dan terbaik	Likert
			2. Keandalan ( <i>Reliability</i> )	1. Pelayanan yang dapat diandalkan dan akurat 2. Mampu melakukan pelayanan dengan baik	
			3. Jaminan ( <i>Assurance</i> )	1. Mampu untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan	
			4. Empati	1. komunikasi	

<sup>8</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011), 103.

<sup>9</sup> M. E. Winarno, *Metodologi Penelitian Jasmani* (Malang: UM Press, 2013), 34

<sup>10</sup> Salim Al Idrus, *Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Konsep Dan Teori* (Malang: MNC Publishing, 2019), 2.

			( <i>Emphaty</i> )	yang mudah dan efektif, tingkat perhatian secara personal serta kemampuan memahami kebutuhan pelanggan.	
			5. Bukti fisik ( <i>Tangible</i> )	1. Fasilitas sarana dan prasarana lembaga	
2	Citra lembaga (X2)	Citra perusahaan menunjukkan kesan objek yang muncul terhadap perusahaan yang disebabkan oleh informasi yang berkembang secara terus-menerus dan terpercaya. <sup>11</sup>	1. Sikap ( <i>Attitude</i> )	1. Kenyamanan konsumen 2. Karyawan yang cepat tanggap	Like rt
			2. Orang dan hubungan ( <i>People and relationship</i> )	1. komunikasi yang interaktif dengan konsumen 2. Pelayanan yang mumpuni	
			3. Nilai dan program ( <i>Value and program</i> )	1. tingkat kepercayaan konsumen pada perusahaan 2. Progam perusahaan yang menarik	
			4. Kredibilitas perusahaan ( <i>Corporate</i> )	1. Perusahaan dapat dipercaya	

<sup>11</sup> Rosa Lesmana Dan Yustriani, "Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Garuda Indonesia TBK (Persero)", *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, (2017), Vol. 1, No. 1, Hal. 138.

			<i>credibility</i> )		
3	Biaya (X3)	Harga dapat dikatakan nilai, dalam bentuk pernyataan satuan mata uang atau barang tertentu yang diukur sesuai dengan alat tukar. <sup>12</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga yang terjangkau</li> <li>2. Tingkat persaingan harga</li> <li>3. manfaat sebanding dengan harga</li> <li>4. kualitas produk sebanding dengan harga</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga yang terjangkau</li> <li>1. Harga mampu bersaing sesuai dengan daya beli konsumen</li> <li>1. Harga sesuai dengan manfaat yang didapat</li> <li>1. Harga dianggap mencapai kesesuaian dengan kualitas layanan yang ditawarkan</li> </ol>	Like rt
4	Keputusan pembeli (Y)	Keputusan pembelian dapat dikatakan sebagai proses pengintegrasian untuk kombinasi atas dasar informasi dalam pemilihan antaradua atau lebih alternatif untuk memastikan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan kebutuhan</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternatif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebutuhan konsumen akan produk</li> <li>1. Pencarian informasi bersumber dari orang lain</li> <li>2. Pencarian informasi dari media elektronik</li> <li>3. Pengalaman dari teman, keluarga atau tetangga.</li> <li>1. Mengumpulkan informasi lebih</li> </ol>	Like rt

<sup>12</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2012), 228.

		salah satu pilihan. <sup>13</sup>	e	banyak
			4. Keputusan pembelian	1. Keputusan untuk memilih sebuah sebuah merek
			5. Perilaku pasca pembelian	1. Memutuskan untuk berlangganan 2. Merekomendasikan orang lain untuk melakukan pembelian

**E. Teknik Pengumpulan Data**

1. Sumber Data

a. Data primer

Data primer adalah data yang dalam memperoleh sumber data didapatkan tanpa melalui perantara atau diperoleh sumber informasi secara langsung.<sup>14</sup> Dalam penelitian ini digunakan data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil kuesioner kualitas pelayanan, citra lembaga, dan harga terhadap keputusan pembelian yang dilakukan pada sampel yang sebelumnya sudah ditentukan kriteria penentuan sampel yaitu murid Lembaga Bimbingan Ahe Ummy Dewi.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah pengumpulan data dari berbagai sumber yang sebelumnya telah tersedia.<sup>15</sup> Penelitian ini diperoleh dari literature yang relevan seperti buku referensi, jurnal yang berkaitan tentang kualitas pelayanan, citra lembaga, dan harga terhadap keputusan pembelian di Lembaga Bimbingan Ahe Ummy Dewi.

<sup>13</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 70.

<sup>14</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 67.

<sup>15</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 68.

## 2. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

### a. Metode kuesioner

Kuesioner disebut juga instrumrn pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner tentang subjek yang diteliti (populasi).<sup>16</sup> Jenis pertanyaan dalam cenderung menggunakan jenis angket tertutup, dimana pertanyaan-pertanyaan telah disediakan, responden bebas memberikan jawaban sesuai alternatif jawaban yang telah disiapkan untuk setiap pertanyaan. Metode ini disusun menggunakan skala likert, untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi responden terhadap suatu fenomena yang ingin diketahui.<sup>17</sup>

Untuk mendapatkan data yang subyektif, maka setiap pertanyaan dibuat alternatif skor yang dapat dipilih responden dengan penskoran jawaban sebagai berikut:

- 1) Sangat setuju (SS) : Skor 5
- 2) Setuju (S) : Skor 4
- 3) Ragu-ragu (R) : Skor 3
- 4) Tidak setuju (TS) : Skor 2
- 5) Sangat tidak setuju (STS) : Skor 1

### b. Metode observasi

Metode observasi adalah suatu teknik atau cara mengumpulkan data yang sistematis melalui pengamatan terhadap objek penelitian dalam situasi langsung.<sup>18</sup>

Metode observasi ini diguakan oleh peneliti untuk mengambil gambaran umum yang ada dilapangan mengenai variable yang mempunyai keterkaitan antara kualitas pelayanan, citra lembaga dan harga terhadap keputusan pembelian.

### c. Metode dokumentasi

Dokumen artinya barang secara tertulis. Pendokumentasian merupakan cara pengumpulan data

---

<sup>16</sup> Aloysius Rangga Aditya Nalendra, dkk., *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS (Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia, 2021)*, 17.

<sup>17</sup> Kumba Digidowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta: LPU-UNAS, 2017), 60.

<sup>18</sup> Hardayani, dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 125.

dengan cara merekam data yang sudah ada yaitu berupa tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang.<sup>19</sup>

Pendokumentasian data dengan dokumentasi yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan jurnal untuk landasan penyusunan penelitian dan mengambil data berupa profil dan gambaran umum obyek penelitian, jumlah karyawan, jumlah murid, dan lain sebagainya di lembaga bimbingan belajar Ahe Ummy Dewi

## F. Uji Validitas Dan Reabilitas Instrument

### 1. Uji validitas

Uji validitas dapat didefinisikan pengujian suatu instrumen sebagai ukuran dalam keakuratan sebuah pertanyaan atau kuesioner. penggunaan instrumen dikatakan valid jika mengalami korelasi secara signifikan terhadap totalskor dengan tujuan mengkaji sesuatu. Pengujian validitas menggunakan metode *corrected item-total coreation*, tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Artinya, jika nilai positif dan  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka item pertanyaan dikatakan valid, jika  $r$  hitung  $< r$  tabel maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.<sup>20</sup>

### 2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indikasi tingkat konsistensi dari dalam instrumen yang dijadikan alat ukur, dan seterusnya konsistensi didapat pada alat ukur jika penggunaannya diulang. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas yaitu item yang valid masuk pengujian dengan teknik *cronbach alpha*, jika reabilitas didapati kurang dari 0,6 artinya reliabilitas kurang baik, jika 0,7 artinya reliabilitas diterima dan 0,8 artinya reliabilitas baik.<sup>21</sup>

## G. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah pendistribusian terbilang normal pada nilai residual yang diperoleh. Model regresi yang baik adalah model dengan nilai residual yang berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal, dapat dilakukan dengan menganalisa

<sup>19</sup> Hardayani, dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 149.

<sup>20</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistic Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: Wade Group, 2016), 70.

<sup>21</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistic Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, 79.



sebaran data lintas pada grafik P-P Plot . Grafik residual regresi yang dnormalisasi dapat dianggap normal jika titik-titiknya terletak pada sekitar garis dan diagonal. Atau menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov One Sampel*, dapat dianggap mencapai normalitas jika signifikansi lebih dari 0,05.<sup>22</sup>

## 2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan hubungan antara variable independen secara linier yang terdapat dalam model regresi. Model regresifikatakan baik jika tidak mengalami korelasi sempurna atau mendekati sempurna antara variable independennya.<sup>23</sup>

Dalam uji yang dilakukan dapat dianalisa dengan memahami nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF < 10 dan *Tolerance* > 0,10 maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.<sup>24</sup>

## 3. Uji Heteroskedastis

Heteroskedastis merupakan varian residual data antar pengamatanyang tidak sama di dalam model regresi. dikatakan baik bila tidak mengalami heterokedastisitas.

Jika variance residual dari pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika pengamatan berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas antara SRESID dan ZPRED dengan melihat pola titik pada grafik regresi, dimana sumbu Y merupakan prediksi Y dan sumbu X adalah residual (perkiraan Y- Y sesungguhnya) telah dipelajari. Jika grafik tidak didapati suatu bentuk pola dan titik terdistribusi menyebarsekiyar sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat dikatakan tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi.<sup>25</sup>

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah pengukuran hubungan linear antara dua atau lebih variable bebas dengan

<sup>22</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistic Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, 109.

<sup>23</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistic Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, 116.

<sup>24</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistic Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, 121.

<sup>25</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 139.

satu variable terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), citra lembaga ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ) yang mempengaruhi variable terikat yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ). Dimana, regresi linear berganda dinyatakan dalam bentuk persamaan matematis sebagai berikut:<sup>26</sup>

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

Dimana :

$Y$  = Keputusan Pembelian

$a$  = Konstanta

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Citra Lembaga

$X_3$  = Harga

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi Variable  $X_1, X_2,$  Dan  $X_3$

$e$  = Variable Pengganggu

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

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur pengaruh variable bebas terhadap variable terikat secara bersamaan. Jika  $R^2$  mengarah angka satu, dengan kejadian tersebut didapati indikasi tingkat presentase pengaruh dari variable bebas terhadap variabel terikat. Seterusnya penggunaan model semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel terikat (*dependen*).<sup>27</sup>

3. Uji Parsial (Uji T)

Uji T mempunyai fungsi untuk menguji besaran tingkat signifikan dari pengaruh satu variabel independen ( $X$ ) secara individual terhadap variabel dependen ( $Y$ ).<sup>28</sup>

Ketentuan penilaian dalam pengujian uji t dapat dilakukan menggunakan alat pemrograman SPSS yaitu apabila besarnya probabilitas signifikansi kurang dari nilai dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan apabila besarnya probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak.<sup>29</sup>

<sup>26</sup> Anwar Sunusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 135.

<sup>27</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistic Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 66.

<sup>28</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 161.

<sup>29</sup> Jihan Suci Lestari, Dkk., "Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Guru" *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 1, No. 1 (2019): 44.

#### 4. Uji Simultan (Uji F)

Uji F mempunyai fungsi untuk mengukur pengaruh variabel independen (X) secara simultan atau dalam artian lain secara bersamaan terhadap variabel dependen (Y).<sup>30</sup>

Dalam penelitian ini uji f digunakan untuk menentukan apakah variabel kualitas pelayanan, citra lembaga dan harga secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada lembaga bimbingan belajar Ahe Ummy Dewi. Pengujian ini dapat dilakukan dengan alat bantu pemrograman SPSS dengan kriteria tertentu seperti berikut, apabila besarnya probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  diterima, dan apabila besarnya probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak.



---

<sup>30</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 162.