

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Creswell, pendekatan kuantitatif didefinisikan sebagai pengukuran data kuantitatif dan statistik secara objektif melalui perhitungan ilmiah yang berasal dari sampel orang atau populasi yang diminta menjawab sejumlah pertanyaan terkait survei untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka (Creswell, 2010). Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang didasarkan pada filosofi positivis, yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, mengumpulkan data dengan alat penelitian, dan menganalisis data secara statistik untuk menguji hipotesis tertentu. Karena data penelitian berupa angka dan analisis dilakukan dengan statistik, maka metode ini dikenal sebagai metode kuantitatif (Sugiyono, 2018).

1.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di PT Federal International Finance (FIFGROUP) Cabang Surabaya 3 yang beralamatkan di Jl Raya Satelit Utara No 52B, Tanjung, Kec. Sukomanunggal, Surabaya. PT Federal International Finance (FIFGROUP) merupakan salah satu perusahaan pembiayaan terbesar di Indonesia yang mempunyai beberapa cabang dibawah naungan PT. ASTRA. Memiliki beberapa kelebihan yaitu letak kantor yang cukup strategis berada di jalan raya utama yang berdekatan dengan pusat kota Surabaya.

Waktu pelaksanaan yaitu dimulai pada bulan mei 2024 sampai selesai. Dalam pengumpulan data, peneliti menghubungi langsung pihak-pihak berkompeten untuk

dapt memberikan data penelitian di PT Federal International Finance (FIFGROUP) Cabang Surabaya 3 secara langsung untuk mendapatkan data.

1.3. Populasi dan Sampel Penelitian

2.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah seluruh objek atau subjek yang menjadi fokus penelitian, sedangkan bagian dari keseluruhan objek yang diambil dan dianggap mewakili populasi disebut sampel penelitian (Imam Machali, 2021). Menurut Ertanto populasi adalah keseluruhan entitas atau individu yang memiliki atribut dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisis dan diambil kesimpulannya.(Ertanto, 2023).

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa populasi penelitian adalah keseluruhan kelompok atau kumpulan individu, objek, atau entitas yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi fokus penelitian dan dari mana peneliti bermaksud menarik kesimpulan. Populasi mencakup semua elemen yang relevan dengan pertanyaan penelitian dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dianalisis.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen PT Federal International Finance (FIFGROUP) Cabang Surabaya 3 saat ini berjumlah 6.537 yang telah menggunakan produk Danasatra dari PT Federal International Finance.

2.3.2 Sampel Penelitian

sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Ertanto, 2023). Tujuan pengambilan sampel adalah untuk memperoleh data yang dapat digeneralisasikan kepada populasi dengan cara yang efisien dan efektif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan rumus Slovin.

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d = presis/tingkat penyimpangan yang diinginkan

saat ini populasi atau konsumen PT Federal International Finance (FIFGROUP) berjumlah berjumlah 6.573 nasabah dengan tingkat penyimpangan yang diinginkan dari penelitian ini adalah 10% (0,01) maka berdasarkan rumus tersebut, maka dapat ditentukan sampelnya sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{N.d^2+1} \\ &= \frac{6.573}{6.573 \cdot 0,01+1} \\ &= \frac{6.573}{66} \\ &= 99,5\end{aligned}$$

Dari rumus tersebut didapatkan jumlah sampel yaitu 99,5 maka dibulatkan menjadi 100 sampel pelanggan PT Federal International Finance (FIFGROUP).

1.4. Sumber Data

Dalam penelitian, orang yang menjadi sumber data disebut sebagai sumber data (Arikunto, 2010). Penulisan penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu:

- a. Sumber data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber utamanya. Konsumen konsumen yang melakukan pembelian produk Danastra di PT Federal International Finance menjadi sumber data utama dalam penelitian ini.
- b. Sumber data sekunder dalam adalah data yang telah dikumpulkan, diolah, dan dipublikasikan oleh pihak lain selain peneliti yang sedang melakukan penelitian. Data ini diambil dari hasil penelitian, laporan, atau dokumen yang sudah ada.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan tentang peristiwa yang telah terjadi. Dokumentasi bisa berupa tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang. Dokumen tulisan meliputi catatan harian, sejarah hidup, cerita, biografi, peraturan, dan kebijakan. Dokumen gambar mencakup foto, gambar bergerak, sketsa, dan sebagainya. Dokumen berupa karya mencakup seni, seperti lukisan, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen berfungsi sebagai pelengkap dalam metode observasi dan kuesioner dalam penelitian kuantitatif.

3.5.4 Studi Pustaka

Menurut Sugiyono, studi kepustakaan terkait dengan kajian teoritis dan referensi yang berhubungan dengan nilai, budaya, dan norma yang ada dalam situasi sosial yang diteliti. Selain itu, studi kepustakaan sangat penting dalam penelitian karena penelitian tidak dapat dipisahkan dari literatur-literatur ilmiah (Sugiyono, 2018).

1.6. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel X diantaranya Variabel bebas yaitu : persepsi harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), citra perusahaan (X3) dan 1 variabel terikat keputusan pembelian (Y).

a. Persepsi harga

Persepsi adalah proses di mana individu menyaring, mengorganisasi, dan mengartikan informasi yang diterima menjadi gambaran yang komprehensif. Persepsi memiliki dampak yang signifikan bagi konsumen. Salah satu faktor yang

mempengaruhi konsumen adalah persepsi terhadap harga.. (Suhardi et al., 2020).

Berikut indikator persepsi harga

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat
5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan

b. Kualitas pelayanan

(Priyadi et al., 2024) mendefinisikan Pelayanan mencakup semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berupa produk fisik, melainkan dalam bentuk tambahan seperti kenyamanan, hiburan, ketepatan waktu, atau kesehatan, yang pada dasarnya bersifat intangible. Berikut adalah indikator kualitas pelayanan

1. Keandalan (reability)
2. Daya tanggap (responsiveness)
3. Jaminan (assurance)
4. Kemudahan akses (empahty)
5. Penampilan fisik (tangible)

c. Citra perusahaan

Citra perusahaan yang positif merupakan aset berharga bagi banyak perusahaan, karena citra ini mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap komunikasi dan operasi perusahaan yang sangat menghargai pelanggan. Dengan demikian, semakin baik citra perusahaan, semakin mudah produk-produk dari perusahaan tersebut diterima oleh konsumen (Putu et al., 2020). Berikut indikator citra perusahaan

1. Kesan
2. Kepercayaan
3. Sikap

d. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah proses di mana individu secara langsung terlibat dalam menentukan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh penjual. (Indrasari, 2019). Berikut indikator keputusan pembelian

1. Pilihan produk
2. Pilihan merk
3. Pilihan penyalur
4. Waktu pembelian
5. Jumlah pembelian

1.7. Alat Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas

Validitas, yang berasal dari kata 'validity,' berarti kebenaran atau keabsahan. Dalam konteks instrumen, validitas merujuk pada sejauh mana alat ukur tersebut tepat dalam melaksanakan fungsinya. Validitas juga dapat diartikan sebagai sejauh mana instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang memiliki validitas rendah menunjukkan ketidakakuratan yang tinggi. Untuk menguji validitas alat ukur, dapat digunakan bantuan perangkat lunak seperti SPSS (Statistical Product and Service Solution). (Imam Machali, 2021).

- a. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau nilai $p\text{-value} < \text{nilai } \alpha (0,05)$, maka item pertanyaan/pernyataan dalam instrumen dinyatakan “valid”.
- b. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau nilai $p\text{-value} > \text{nilai } \alpha (0,05)$, maka item pertanyaan/pernyataan dalam instrumen dinyatakan “tidak valid”.

3.7.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas (reliability) berasal dari kata 'reliable,' yang berarti dapat dipercaya. Reliabilitas sering kali diartikan sebagai konsistensi, keajegan, ketepatan, kestabilan, dan keandalan. Instrumen penelitian dianggap memiliki tingkat reliabilitas tinggi jika hasil pengukuran dari instrumen tersebut konsisten atau stabil dalam mengukur apa yang dimaksud. Untuk menguji reliabilitas instrumen, dapat digunakan perangkat lunak seperti SPSS (Statistical Product and Service Solution). (Imam Machali, 2021).

- a. Apabila nilai cronbach's alpha $< 0,7$, maka dinyatakan kurang reliabel.
- b. Apabila nilai cronbach's alpha $> 0,7$, maka dinyatakan reliabel.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian tes yang dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linear memenuhi beberapa asumsi dasar yang diperlukan agar estimasi parameter dan inferensi statistik yang dilakukan dapat dipercaya dan valid. Uji Asumsi Klasik Yang digunakan adalah.

a. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah residu atau perbedaan dalam penelitian mengikuti distribusi normal atau tidak. Nilai residu dapat dilihat dari kurva pada output analisis SPSS, yang akan menunjukkan bentuk kurva seperti lonceng jika data berdistribusi normal. Secara deskriptif, uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan histogram residu regresi yang telah distandarkan. Secara statistik, uji normalitas dapat dilakukan melalui analisis eksplorasi dan memeriksa nilai signifikansi pada kolom Kolmogorov-Smirnov (Imam Machali, 2021). Teknik analisisnya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probability sig 2 tailed $> 0,05$, maka distribusi data normal

2. nilai probability sig 2 tailed < 0.05 , maka distribusi data tidak normal

b. Uji Multikolineritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat korelasi signifikan antara variabel-variabel independen. Jika ditemukan hubungan yang signifikan, ini menunjukkan adanya pengukuran aspek yang serupa pada variabel-variabel independen tersebut. Kondisi ini membuatnya tidak ideal untuk mengevaluasi kontribusi variabel-variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen

Uji multikolinearitas dengan SPSS dilakukan melalui analisis regresi, dengan menggunakan nilai VIF (variance inflation factor) dan koefisien korelasi antara variabel-variabel independen sebagai patokan (Imam Machali, 2021).

Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. jika nilai VIF kurang dari 10 atau nilai toleransi lebih dari 0,1, maka tidak ada masalah multikolinearitas dalam model regresi;
2. Jika koefisien korelasi antara variabel-variabel independen kurang dari 0,5, maka tidak ada indikasi masalah multikolinearitas..

c. Uji Heteroskedastitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas Tujuan dari konsep ini adalah untuk memastikan bahwa varians setiap variabel konsisten di seluruh pengamatan. Homoskedastisitas merujuk pada kondisi di mana varians residual antara satu pengamatan dan pengamatan lainnya tetap konstan. Jika homoskedastisitas terjaga, atau dengan kata lain, tidak terjadi heteroskedastisitas, maka model regresi dianggap baik. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. Jika nilai probabilitas signifikansi kurang dari 0,05, maka menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.
2. Jika nilai probabilitas signifikansi lebih dari 0,05, maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk menentukan suatu model hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) yang diketahui lebih dari satu sehingga membuat sebuah model yang linier (Ihsan Fairuzsyifa & Sulisty Nugroho, 2024). Variabel bebas penelitian ini yaitu persepsi harga (X1) kualitas pelayanan (X2), dan citra perusahaan (X3). Keputusan pembelian konsumen pada produk Danastra di PT Federal International Finance (Y).

Ketiga faktor tersebut diyakini memiliki kekuatan untuk mempengaruhi keputusan pembelian produk Danastra di PT Federan International Finance. Metode ini menerapkan analisis regresi berganda dengan persamaan berikut untuk memperkirakan dampak dari persepsi harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan citra perusahaan (X3) terhadap keputusan pembelian di PT Federan International Finance.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	: Keputusan Konsumen
α	: Konstanta dari Persamaan Regresi
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi variabel independen
X1	: Persepsi Harga
X2	: Citra Perusahaan
X3	: Kualitas Pelayanan
e	: Variabel Pengganggu/Nilai Error

3.7.5 Uji Hipotesis

(FADHIL, 2022) Menjelaskan bahwa hipotesis memberikan solusi sementara yang mungkin untuk masalah yang dihadapi dalam penelitian ini, namun harus diuji secara empiris untuk memastikan keabsahannya. Untuk

menentukan apakah ada hubungan signifikan antara variabel independen dan variabel dependen, baik secara individu maupun keseluruhan, dilakukan pengujian hipotesis.

3.7.6 Uji T (Parsial)

Uji t dalam regresi berganda digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara individu (MARDIATMOKO, 2020). Perbandingan dilakukan antara nilai T hitung dan T tabel dengan menggunakan derajat kebebasan (df) = $n-k$ serta ambang batas signifikansi 5% (0,05) untuk melaksanakan uji parsial (individu). Tes ini mengikuti ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ atau $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen secara individual.
- b. Jika nilai probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ atau $T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak dapat menjelaskan variabel dependen secara individual..

3.7.7 Uji F (simultan)

Uji F merupakan pengujian hipotesis untuk menentukan secara bersama-sama atau simultan semua variabel independen dalam penelitian berpengaruh terhadap variabel dependen dengan kriteria:

- a. pengambilan keputusan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruhnya terhadap variabel dependen oleh variabel independen

