

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini dikategorikan penelitian lapangan (*Field research*) yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan. Dengan mempelajari secara intensif latar belakang kasus, interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu unit sosial, individu, kelompok, dan lembaga masyarakat. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka yang menjadi fokus penelitian ialah pengaruh harga pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian jasa transportasi laut konsumen Agen Bintang Fajar Rute Banjarmasin-Surabaya berdasarkan data-data yang diperoleh oleh peneliti (M. Iqbal, 2002, hlm. 11).

Pendekatan yang diterapkan yakni dengan metode kuantitatif. Dapat diartikan metode ini berlandaskan pada sifat positivisme, diterapkan sebagai cara meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilaksanakan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Agen Bintang Fajar Rute Banjarmasin-Surabaya. (Sugiyono, 2009, hlm. 35)

#### **B. Lokasi Penelitian**

Objek penelitian yaitu konsumen Agen Bintang Fajar yang menggunakan jasa transportasi laut Rute Banjarmasin-Surabaya. Agen Bintang Fajar beralamat

di Jalan Barito Hilir Trisakti RT 35 RW 002 NO 85. Alasan memilih lokasi penelitian ditempat ini karena lokasi tersebut dekat dengan domisili peneliti, sehingga memudahkan akses untuk mengetahui atau meneliti lebih dalam lagi permasalahan yang akan di uji.

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian adalah orang atau jabatan yang memiliki data atau orang yang akan diamati perilakunya guna mendapatkan data untuk penelitian. Subjek yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau sedang membeli tiket jasa transportasi laut melalui Agen Bintang Fajar.

Objek penelitian merupakan suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah variabel yang memengaruhi keputusan pembelian jasa transportasi laut melalui Agen Bintang Fajar.

### **D. Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang ada dalam suatu wilayah dengan memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi juga dapat didefinisikan sebagai keseluruhan individu atau unit dalam ruang lingkup yang akan diteliti. (Nanang Martono, 2016, hlm. 76). Adapun populasi penelitian ini yakni pengguna jasa transportasi laut yang pernah atau sedang menggunakan transportasi laut melalui agen Bintang Fajar, dengan jumlah yang tidak diketahui dan bisa dikatakan dalam kategori tidak terbatas, sebab pengguna jasa transportasi laut di agen Bintang Fajar ini bisa

berubah jumlahnya secara terus menerus, bisa bertambah dan bisa berkurang setiap harinya.

Populasi adalah kumpulan menyeluruh dari suatu objek yang menjadi milik peneliti perhatian. Objek penelitian dapat berupa makhluk hidup, benda, sistem dan prosedur, fenomena dan lain-lain. ( Sugiyono, 2017, hlm. 116). Populasi yang tidak terbatas yaitu populasi dengan sumber data yang tidak dapat ditentukan batasan-batasannya secara kuantitatif. Oleh karena itu luas populasi sifatnya tak terbatas dan dijelaskan hanya secara kualitatif (Bungin,2009, hlm. 99)

Sampel adalah suatu himpunan bagian(*subset*) dari unit sampling yang di ambil dari populasi. (Amri, Junaidi, dan Yumardi, 2009, hlm. 184). Sampel penelitian ini ialah pemakai jasa transportasi laut rute Banjarmasin-Surabaya Agen Bintang Fajar.

Teknik sampling yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu *Accidental Sampling* (sampel kebetulan). Sampel aksidental (*accident sample*) merupakan sampel yang diperoleh dari siapa saja yang kebetulan ada. (Amri, Junaidi, dan Yumardi, 2009, hlm. 184). Sampel kebetulan merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa pun yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dapat dijadikan sebagai sampel bilamana dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.( Martono, 2016, hlm. 80)

Karena populasi konsumen yang berangkat menggunakan jasa transportasi laut rute Banjarmasin-Surabaya tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang digunakan sebagai cara mengetahui jumlah sampel yakni dengan menggunakan rumus *Lemeshow*, sebagai berikut :

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

*keterangan :*

n: jumlah sample minimal yang diperlukan

Z : Nilai standar dari distribusi sesuai nilai  $\alpha = 5\% = 1,96$

Z : Nilai Standar dari distribusi sesuai nilai  $\alpha = 5\% = 1,96$

P: Prevalensi *outcome* , karena data belum didapat, maka dipakai 50% Q: 1-P

L: Tingkat ketelitian 10% =0,1

Berdasarkan rumus, maka n:  $\frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2} = 96,04$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan 96 responden.

## **E. Data dan Sumber Data**

### 1. Data

Data adalah bahan mengenai objek suatu penelitian yang didapatkan dilokasi penelitian. Definisi data sebenarnya mirip dengan definisi informasi, hanya saja informasi lebih menonjolkan dari segi pelayanan, sedangkan data lebih ditonjolkann mengenai aspek materi.( Bungin, 2018, hlm. 129).

Data juga dapat dikatakan sebagai fakta dan angka yang dijadikan sebagai bahan untuk penyusunan suatu informasi yang digunakan untuk menyusun suatu informasi yang digunakan untuk suatu keperluan.( Yumardi, 2009, hlm. 162).

Data yang digali terbagi menjadi 2 yaitu:

- a. Data primer adalah data yang langsung didapatkan dari sumber data pertama dilokasi penelitian maupun objek penelitian (Bungin, 2018, hlm. 132). Dalam penelitian ini, data primernya berupa jawaban responden berdasarkan kuisioner yang diisi oleh konsumen yang menggunakan transportasi laut Rute Banjarmasin Surabaya.

- b. Data sekunder adalah data yang didapatkan dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan. Adapun data sekunder yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan, jurnal, literatur lainnya (Burhan Bungin, 2018, hlm. 132). Penulis mengambil beberapa sumber, yakni dari buku, skripsi terdahulu dan jurnal.

## 2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu:

- a. Responden yaitu pengguna jasa transportasi laut melalui agen Bintang Fajar.
- b. Dokumen yaitu keseluruhan data yang telah didokumentasikan, yang berkaitan dengan penelitian guna menjadi pelengkap dalam penelitian ini.

## **F. Metode Pengumpulan Data**

Sebagai pendukung dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Metode Angket.

Metode angket atau sering pula disebut dengan metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut questionnaire (daftar pertanyaan). Metode angket berbentuk serangkaian atau daftar pertanyaan yang tersusun secara sistematis, kemudian dikirim agar diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan ke petugas atau peneliti (Bungin, 2018, hlm. 133)

## **G. Desain Pengukuran dan Instrumen Penelitian**

Desain pengukuran dalam penelitian ini ialah menggunakan skala likert. Skala ini adalah skala berdasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam

merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang di ukur (Abdullah, 2015, hlm. 183).

Setiap jawaban dalam pernyataan skala likert, penulis memberi 5 (lima) pilihan yakni: sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju. Setiap pilihan akan diberikan bobot nilai yang ber- beda untuk skala likert yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
2. Tidak Setuju (TS) = 2
3. Netral (N) = 3
4. Setuju (TS) = 4
5. Sangat Setuju = 5

Instrument penelitian merupakan alat ataupun metode yang dipergunakan dalam pengumpulan data primer, yang bertujuan adanya instrument penelitian ini yaitu untuk mengembangkan variable penelitian, baik variable independen maupun variable dependent, hal ini dijelaskan dalam uraian indicator berikut :

a. Indikator Variabel X

- 1) Harga (X1)
  - a) Keterjangkauan Harga
  - b) Kesesuaian Harga
  - c) Daya saing harga
  - d) Kesesuaian harga dengan manfaat
- 2) Pelayanan (X2)
  - a) *Tangible* ( Bukti fisik)
  - b) *Realiability* ( Kehandalan)
  - c) *Responsiveness* ( Daya tanggap)
  - d) *Assurance* ( Jaminan)

- e) *Empathy* (Empati)
- 3) Promosi (X3)
  - a) Periklanan
  - b) Penjualan tatap muka
  - c) Promosi penjualan
  - d) Publitas
  - e) Pemasaran langsung
  - f) Informasi dari mulut ke mulut.
- b. Indikator Keputusan Pembelian Variable (Y)
  - 1) Kebutuhan yang dirasakan
  - 2) Kegiatan sebelum membeli
  - 3) Perilaku waktu memakai
  - 4) Perilaku pasca memakai

## H. Teknik Analisis Data

Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data terlaksana. Dalam penelitian kuantitatif, pengolahan data umumnya dilaksanakan dengan melalui tahapan memeriksa (*editing*), proses pemberian identitas (*coding*), dan pentabelan (*tabulating*). ( Bungin, 2018, hlm. 174)

Tujuan dari analisis regresi yakni untuk mengestimasi suatu hubungan antara variabel-variabel ekonomi. Hubungan tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan yang menghubungkan variabel terikat Y dengan satu atau lebih variabel bebas  $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ . Dalam analisis regresi pola hubungan antar variabel diekspresikan dalam sebuah persamaan regresi yang diduga berdasar data

sampel. Dalam mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan alat analisis statistik yakni regresi linear berganda dengan pendekatan OLS (Ordinary Least Squares). OLS (Ordinary Least Squares) merupakan teknik estimasi variabel de- penden yang melandasi analisis regresi. Ada beberapa asumsi OLS yang digunakan dalam regresi berganda. Asusumso-asumsi tersebut yakni :

1. Hubungan antara Y (variabel dependen) dan X (variabel in- dependen) adalah linier dalam parameter.
2. Nilai X nilainya tetap untuk observasi yang berulang-ulang (non stocastik). Karena variabel independennya lebih dari satu makaditambah asumsi tidak ada hubungan linier antara variabel inde- penden atau tidak ada multikolineritas antara X1, X2 dan X3dalam persamaan.
3. Nilai harapan (expected value) atau rata-rata dari variabel gangguan  $e_i$  adalah nol.
4. Varian dari variabel gangguan  $e_i$  adalah sama (homoskedas-tisitas).
5. Tidak ada serial korelasi antara gangguan  $e_i$  atau gangguan  $e_i$  tidak saling berhubungan dengan  $e_i$  yang lain.
6. Variabel gangguan  $e_i$  berdistribusi normal(Ansofino,2016, hlm. 21).

Penelitian menerapkan model analisis dengan memakai analisis regresi linear berganda, model ini dapat menunjukkan hubungan antar variabel terikat dengan variabel bebas. Untuk menganalisis keputusan pembelian jasa transportasi laut yang dipengaruhi oleh harga,pelayanan, dan promosi. Maka diterapkan model analisis regresi linear berganda yang memenuhi 6 asumsi diatasnamakan persamaan diformulasikan sebagai berikut:

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



*Keterangan*

Y: Keputusan Pembelian jasa transportasi laut rute Banjarmasin-Surabaya

$\alpha$  : Intercept

$\beta_1 \beta_2$  : kofsisien harga,pelayanan,dan promosi

X1 : Harga

X2 : Pelayanan

X3 : Promosi

Kemudian setelah ditentukannya teknik analisis regresi berganda yang diterapkan dalam penelitian ini, maka dilaksanakan uji asumsi klasik yang terdiri dari ,uji normalitas, uji multikoleritas,dan uji heteroskedastisitas kemudian uji hipotesis yang terdiri dari uji determinasi R<sup>2</sup>, uji f (simultan) dan uji t (parsial). Untuk mempermudah analisisdigunakan aplikasi pengolah data SPSS.

1. Pengujian Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal ataupun tidak. Model rekresi yang baik yakni memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variable namun pada nilai residual. Sering terjadi kesalahan yang jamak yaitu bahwa uji normalitas dilakukan pada masing-masing variable. Hal ini tidak dilarang namun model rekresi membutuhkan normalitas dalam nilai residualnya bukan pada masing-masing variable penelitian.
- b. Uji Multikolinearitas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya ko-relasi yang tinggi anantara variable-variable bebas dalam suatu model rekresi linear berganda. Apabila ditemui kolerasi yang tinggi diantara

variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat menjadi terganggu.

- c. Uji Heterokedastisitas digunakan untuk melihat apakah didapati ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan yang lainnya. Model rekresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, akan tetapi disebut homokedastisitas.

## 2. Pengujian Hipotesis

### a. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui sampai se-jauh mana kecocokan ataupun ketepatan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data hasil pengamatan.

Koefisien determinasi menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati 1) maka ketepatan dikatakan semakin baik. Koefisien determinasi memiliki sifat-sifat sebagai berikut:

- a) Nilai  $R^2$  selalu positif karena merupakan nisbah dari jumlah kuadrat :

$$R^2 = \frac{JKR}{JKT}$$

- b) Nilai  $0 \leq R^2 \leq 1$

### b. Uji Individual ( Uji t)

#### 1) Hipotesis :

- a)  $H_0 : \beta_1 = 0$  (banyaknya tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap banyak- nya hasil produksi)
- b)  $H_1 : \beta_1 \neq 0$  (banyaknya tenaga kerja ber- pengaruh signifikan

terhadap banyaknya hasil produksi)

- 2) Taraf Signifikansi  $\alpha=5\%=0,05$
- 3) Statistik Uji Prob=0,0002
- 4) Kriteria Penolakan Tolak  $H_0$  jika nilai Prob <  $\alpha=0,05$ .

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa banyaknya tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap banyaknya hasil produksi.

- 5) Taraf Signifikansi  $\alpha=5\%=0,05$
- 6) Statistik Uji Prob=0,0002
- 7) Kriteria Penolakan Tolak  $H_0$  jika nilai Prob <  $\alpha=0,05$ .

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa banyaknya tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap banyaknya hasil produksi.