



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan mengenai metode penelitian. Metode penelitian terdiri dari jenis penelitian, metode penelitian, populasi sampel, operasionalisasi variable, teknik pengumpulan data, teknik pengukuran data, dan teknik analisa data.

3.1 Jenis Penelitian

Pada jenis penelitian yang ditulis oleh peneliti ini, peneliti menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang bersifat eksplanatif yaitu bertujuan untuk menemukan sebuah penjelasan tentang mengapa dan bagaimana suatu kejadian, fenomena atau gejala dapat terjadi. Dengan menggunakan metode kuantitatif-eksplanatif yang berlandaskan pada Paradigma penelitian kuantitatif adalah positivisme/positivistik. Menurut paradigma positivistik menganggap bahwa sebuah realitas itu sebagai sesuatu yang empiris/empirik atau benar-benar nyata sehingga dapat dilakukan suatu observasi lebih dalam. Sehingga akan ditemukan Pengaruh interpersonal komunikasi di dalam pengaruh komunikasi persuasif *salesperson* pada toko resmi Xiaomi terhadap keputusan pembelian.

paradigma positivisme, dimana penulis menggunakan metode, sumber data, dan teori yang ada. Dalam paradigma penelitian merupakan suatu sudut pandang untuk memahami kompleksitas yang ada di dunia nyata, dimana paradigma tersebut telah diteliti dan ditelaah lebih panjang,

sehingga peneliti dapat memahami dan mengerti lebih dalam lagi, penelitian tersebut juga bersifat normative, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian tersebut tidak perlu dilihat pada sisi lain yang lebih sulit untuk dilihat dan dijelaskan. Menurut Creswell, pada metode eksplanatif-kuantitatif termasuk dalam suatu paradigma penelitian positivistik. Yaitu asumsi dasar yang menjadi inti sebuah paradigma penelitian positivisme adalah sebagai berikut:

- a. Pada peneliti terdahulu mengatakan bahwa mereka tidak dapat membuktikan hipotesis yang telah dibuatnya, bahkan tidak jarang sebagian dari peneliti terdahulu gagal untuk menyangkal hipotesisnya sendiri.
- b. Pengetahuan bersifat konjekturan (landasan yang tidak konklusif) dan tidak berlandaskan apa pun. Dimana untuk mendapatkan sesuatu penelitian harus memiliki sebuah landasan, jika tidak, maka akan sulit mendapatkan kebenaran *absolut*. Untuk itu, bukti yang dibangun dalam sebuah penelitian seringkali berpotensi lemah dan tidak begitu sempurna.
- c. Perkembangan penelitian lanjutan merupakan sebuah proses dalam membuat klaim-klaim, yang kemudian melakukan proses dalam penyaringan, sehingga kebenarannya dapat dikatakan kuat karena berlandaskan suatu gagasan pemikiran.
- d. Dalam sebuah penelitian pengetahuan melalui tahap proses oleh adanya data yang menjadi bukti valid, dan dapat dertimbangan

- secara logis. Peneliti pada praktiknya, dapat mengumpulkan informasi dengan menggunakan instrumen yang dapat mengukur suatu yang dapat diisi oleh partisipan sebagai responden atau dengan cara melakukan observasi mendalam di lokasi penelitian secara langsung.
- e. Dalam penelitian yang bersifat kuantitatif, seorang peneliti perlu melihat suatu persoalan pada suatu situasi, selanjutnya menyusun suatu pernyataan yang relevan secara benar dengan membuat relasi antarvariabel dan mengemukakan dalam melakukan uji hipotesis yang dapat menjelaskan suatu relasi kasualitas secara mendalam dengan melakukan pneneglolaan data.
 - f. Dua aspek penting yang perlu dilakukan sebelum penelitian oleh peneliti ialah uji standar validitas dan juga uji reliabilitas, dimana dapat mengetahui, apakah pernyataan tersebut mengandung bias dan dapat dilanjutkan atau tidak, dan perlu yang dipahami oleh peneliti ialah sikap objektif. Sehingga hasil yang didapat dapat dipertimbangkan sesuai dengan kenyataanya melalui bukti-bukti yang ada.

Dalam meneliti suatu penelitian dan objek yang diteliti tersebut bersifat independen dan tidak saling berinteraksi. Penelitian ini ingin mengukur variabel X1 terhadap Y1. Dalam penelitian ini ingin mengukur pengaruh secara bersamaan maupun terbagi dalam (X1) pengaruh komunikasi persuasif *salesperson* terhadap (Y1) keputusan pembelian produk Xiaomi.

Pada penelitian ini menggunakan Penelitian eksplanatif merupakan jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk menemukan sebuah penjelasan tentang mengapa suatu kejadian, fenomena atau gejala terjadi pada suatu situasi tertentu. Sehingga hasil akhir dari penelitian ini adalah sebuah gambaran mengenai hubungan antara sebab dan akibat yang ditimbulkan. Tujuan penelitian eksplanatif yaitu :

- a. Melihat suatu penggambaran suatu kejadian, fenomena atau situasi pada suatu objek yang dapat terukur oleh data.
- b. Penggambaran hubungan pada sebuah lingkungan penelitian mengenai mekanisme pada proses atau korelasi sebab akibat yang ditimbulkan.
- c. Hasil penelitian dapat dijelaskan melalui verbal maupun *numerical* melalui penggambaran data-data yang dihasilkan.
- d. Menjelaskan gambaran dasar akan apa yang terjadi dalam suatu kelompok atau objek tertentu.

3.2 Metode Penelitian

Pada metode penelitian, peneliti menggunakan sebuah metode yang diharapkan pada penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang objektif yaitu dengan metode survei. Metode penelitian survei merupakan salah satu cara dalam melakukan pengumpulan data responden yang ingin diteliti. Pengertian dari kata survei (survey) itu sendiri adalah sebuah cara/teknik riset penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan sebuah data yang valid dengan memberi batas-batas yang jelas atas data yang diinginkan kepada suatu objek tertentu. Melakukan pengumpulan data

survei berarti melakukan sebuah pemeriksaan lebih mendalam, peninjauan lebih lanjut terhadap objek tertentu untuk mendapatkan data bagi keperluan tujuan penyelidikan sebuah penelitian. Menurut Creswell (2012) dalam Nirmala (2018) Maksud proses pada survei ini ialah menerapkan hasil dari sejumlah sedikit khalayak ke sejumlah besar khalayak (menggeneralisasikan hasil). Semakin besar jumlah individu yang diteliti sebagai sampel, maka akan semakin kuat hasil penelitian tersebut mampu untuk diterapkan pada sejumlah individu yang lebih besar (populasi).

Pada metode penelitian survei ini menjadi salah satu pilihan metode yang banyak digunakan dalam sebuah penelitian kuantitatif dimana peneliti menggunakan alat bantu yaitu sebuah kuesioner sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data terkait. Proses survei pada penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan data yang sudah di siapkan pada kuesioner dan diberikan kepada responden yang dituju mengenai pengaruh komunikasi persuasif *salesperson* toko resmi Xiaomi terhadap keputusan pembelian. Dimana penulis ingin mengetahui, seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif *salesperson* yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berikut merupakan langkah-langkah pedoman dalam melakukan metode penelitian survei untuk mendapatkan hasil yang logis dan subjektif antara lain:

- a. Melihat sebuah permasalahan, kejadian maupun fenomena yang terjadi dengan menuliskan tujuan pada penelitian survei.

- b. Manfaat pada penelitian ini pasti memberikan kontribusi pada bidang akademik maupun secara praktis kepada khalayak.
- c. Menggambarkan konsep yang ingin diteliti dengan kerangka pemikiran dan juga hipotesis penelitian.
- d. Melakukan observasi, pertimbangan dan pencarian informasi terkait masalah yang akan diteliti dengan peneliti-peneliti terdahulu sebagai acuan untuk dikembangkan lebih lanjut.
- e. Menentukan populasi yang ingin di tuju, dan memilih sampel yang diinginkan sebagai responden dalam penelitian
- f. Menyusun secara sistematis sebuah kuesioner sebelum disebar harus melakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu.
- g. Pengumpulan data-data yang telah disebar untuk di teliti lebih lanjut oleh peneliti.
- h. Mengolah data yang sudah didapatkan tersebut untuk di analisis lebih lanjut dengan pengelolaan data melalui SPSS.
- i. Hasil pada penelitian tersebut dapat ditulis dan dijadikan tujuan akademis, sehingga dapat dikembangkan oleh peneliti lain yang ingin meneliti kembali penelitian tersebut.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014) dalam Nirmala (2018) Populasi adalah sebuah wilayah yang mengeneralisasi berupa subjek atau objek yang diteliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan.

Menurut Bungin (2016:83) pengertian populasi ialah suatu bagian besar pada keseluruhan objek maupun subjek yang berada pada suatu lingkup atau wilayah dan sesuai dengan penelitian untuk memenuhi suatu syarat tertentu yang berkaitan dengan pemecahan pada penelitian. Populasi yang dipilih oleh penulis pada penelitian ini merupakan para pengunjung/*customer*/calon pelanggan Toko Resmi Xiaomi (*Official Store Xiaomi*) di Tangerang (Lippo Mall Karawaci, Summarecon Mall Serpong, Tangerang City Mall)

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari sebuah populasi yang akan diteliti. Dimana, sampel yang akan diteliti adalah sebagian atau sebuah perwakilan yang bertindak dari sebuah populasi yang besar sehingga mendapatkan hasil penelitian yang berhasil diperoleh dari populasi yang bertujuan untuk digeneralisasikan dari sebuah sampel untuk memperoleh hasil yang sama seperti populasi. Pada teknik penarikan sampel ini digunakan pada situasi tertentu, seperti pada halnya jika sebuah populasi yang diambil cukup besar, dan keterbatasan peneliti dalam menjangkau seluruh populasi, membutuhkan waktu yang lama dan sumber daya yang sedikit, maka peneliti perlu mendefinisikan akan target populasi yang dituju, lalu menentukan jumlah sampel yang ingin dicapai dan menggunakan teknik sampling yang sesuai dengan penelitian peneliti.

Dalam penentuan sampel dari sebuah populasi yang besar digunakan perhitungan maupun acuan rumus yang telah dikembangkan oleh para ahli terdahulu. Secara umum, untuk penelitian survei jumlah sampel memiliki minimum responden.

Pada penelitian ini, penulis memilih ukuran untuk dijadikan sampel yang diambil dari populasi dengan menggunakan Rumus Hair, dimana Rumus Hair ini dipilih oleh penulis untuk mengukur yang belum dijangkau dengan secara jelas dan pasti pada suatu populasi. Menurut Hair (2010:176) bahwa apabila ingin mengukur sebuah sampel yang berukuran kecil dari sebuah populasi besar sebanyak 400 lebih, maka akan sulit menentukan sebuah ukuran – ukuran yang baik untuk dijadikan penelitian, sehingga perlu melakukan pertimbangan untuk meringankan pencarian jumlah pada suatu populasi yang besar untuk menjadikan sampel yang berukuran kecil, hal ini tergantung pada jumlah indikator yang digunakan oleh peneliti. Pada indikator tersebut dapat dikali 5 hingga 10. Pada penelitian ini, penulis memilih jumlah indikator untuk dikali 10.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ialah berjumlah:

$$\begin{aligned}\text{Sample} &= n \times 10 \\ &= 23 \times 10 \\ &= 230\end{aligned}$$

Berdasarkan pada perhitungan diatas, penulis dapat mengambil minimum sampel sebanyak 230 responden.

Pada penelitian ini ukuran sampel menjadi tolak ukur untuk melihat seberapa besar sebuah sampel yang mampu mendekati sebuah populasi tertentu (semakin besar), maka peluang yang dihasilkan akan semakin kecil kesalahan generalisasinya, dan sebaliknya, sebuah sample yang semakin jauh dari jumlah populasinya (semakin kecil) maka akan semakin besar pula untuk mendapatkan peluang kesalahan generalisasinya pada sebuah penelitian. Dimana tingkat maksimal kesalahan sebesar 5% atau sebesar 0,05 untuk sebuah penelitian yang berbasis sosial, hal ini sangat bergantung dari besaran sebuah tingkat ketelitian atau kesalahan yang diinginkan peneliti jika hasil penelitian makin besar tingkat kesalahannya maka dapat dipastikan bahwa jumlah sampel makin kecil.

Purposive sampling merupakan teknik sampling untuk pengambilan sebuah sampel yang dapat memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota/bagian suatu populasi dengan ciri-ciri yang diinginkan peneliti memenuhi kriteria dan sesuai untuk menjadi sampel dengan teknik *non random sampling*. Pada sebuah pengambilan teknik *purposive sampling*, dimana teknik yang dipilih oleh peneliti tersebut merupakan teknik yang paling simple (sederhana). Pada sebuah kegiatan penambihan data, sampel dapat diambil secara acak, tanpa melihat seberapa banyak dan besar sebuah tingkatan yang ada pada suatu populasi. Pada penelitian yang dilakukan ini, penulis menentukan untuk menggunakan *non*

probability sampling. Menurut Sugiyono (2013) dalam Nirmala (2018) *Non probability sampling* diartikan sebagai sebuah teknik dalam pengambilan pada suatu sampel yang tidak memberikan kesempatan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi yang akan digunakan sebagai anggota sampel. Pada *non probability ini* terdapat beberapa teknik, salah satunya *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013) dalam Nirmala (2018) Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara *purposive sampling* merupakan sebuah teknik untuk menentukan sebuah sampel memiliki karakteristik tertentu, hal tersebut dilakukan untuk mempertimbangkan kualitas data yang akan dihasilkan sesuai dengan keinginan peneliti. Pada teknik *purposive sampling* ini orang-orang tertentu yang akan dipilih oleh peneliti dan diseleksi mencakup sebuah dasar kriteria yang telah ditentukan bahwa sesuai dengan keinginan peneliti. Tujuan penelitian memiliki kriteria bahwa penelitian ini terdistribusi kepada objek yang sesuai. Berdasarkan jenis penelitian berbentuk survei ini maka peneliti mengambil sampel sebanyak 258 orang merupakan pengunjung calon konsumen yang berdomisili di Tangerang dengan kriteria umur 17-55 tahun, berdomisili Tangerang, responden dalam 1 tahun terakhir telah melakukan kunjungan di Official Mi Store di Lippo Mall Karawaci, Summarecon Mall Serpong, Tangerang City Mall pada kurun waktu 1 tahun terakhir dengan teknik *purposive sampling* yaitu tiap pengunjung calon konsumen toko resmi

Xiaomi di Tangerang memiliki kesempatan menjadi sampel/responden bagi peneliti, diharapkan proses penyusunan penelitian ini sesuai dengan kriteria khusus yang diinginkan oleh peneliti dengan tujuan hasil yang didapatkan mampu menjawab permasalahan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

3.4 Operasionalisasi Variabel / Kategorisasi

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Komunikasi Persuasif Sales Person (Perbawaningsih, 2012) (Variabel X)	Kredibilitas Sales Person (Perbawaningsih, 2012)	Keahlian : (latar belakang/ pengalaman, pengetahuan, penguasaan) (Perbawaningsih, 2012)	X1.1- Sales toko resmi memiliki pengetahuan di bidang elektronik produk Xiaomi X1.2-Sales toko resmi menguasai keunggulan dari produk Xiaomi X1.3. Sales Xiaomi mampu menjawab pertanyaan/keluhan dan mengatasi masalah konsumen toko resmi Xiaomi X2.1. Hal mengenai produk Xiaomi yang disampaikan sales toko resmi Xiaomi dapat dipercaya X2.2- Sales toko resmi menawarkan produk Xiaomi dengan jujur tanpa dilebih-lebihkan X2.3- Sales toko resmi mampu meyakinkan konsumen untuk memilih produk Xiaomi yang tepat.	Skala Likert (1-4) 1: Tidak Setuju 2: Kurang Setuju 3: Setuju 4: Sangat Setuju
	Daya tarik Sales Person (Perbawaningsih, 2012)	- Penampilan fisik - Familiarity	X3.1- Penampilan sales toko resmi Xiaomi rapi dan sopan X3.2. Sales toko resmi Xiaomi melayani dengan ramah X3.3 Sales toko resmi Xiaomi mau mendengarkan apa yang ditanyakan atau diceritakan	

		- Similarity	oleh konsumen X3.4. Sales toko resmi Xiaomi mau membantu memilih produk yang dibutuhkan oleh konsumen	
	Pesan yang disampaikan Sales Person (Perbawaningsih, 2012)	- Lengkap/Rinci - Jelas/mudah dipahami - Relevan	X4.1- Sales toko resmi menyampaikan spesifikasi produk Xiaomi dengan jelas X4.2- Sales toko resmi menjelaskan spesifikasi produk Xiaomi secara rinci. X4.3-Sales toko resmi Xiomi menjelaskan relevansi-manfaat produk	
Keputusan Pembelian (Variabel Y) (Kotler & Armstrong (2017, p.175)	Pengenalan Masalah (Problem Recognition) Philip Kotler, (2005:204) dalam Adelina (2015)	-Menyadari adanya masalah (Rahayu & Edward, 2015, p.5) - Menyadari adanya kebutuhan	Y1.1- Saya menyadari akan produk Xiaomi dapat memudahkan saya dalam melakukan aktivitas Y1.2- Saya menyadari produk Xiaomi sesuai dengan aktivitas yang saya butuhkan Y1.3. Saya membutuhkan produk elektronik Xiaomi sesuai dengan masalah yang saya miliki	Skala Likert (1-4) 1: Tidak Setuju 2: Kurang Setuju 3: Setuju 4: Sangat Setuju

	<p>Pencarian Informasi</p> <p>(Kotler & Armstrong (2017, p.175)</p> <p>Philip Kotler, (2005:204) dalam Adelina (2015)</p>	<p>Seorang konsumen yang mulai tertugah minatnya mungkin akan ataupun mungkin tidak mencari informasi yang lebih banyak lagi.</p> <p>Pencarian informasi melalui berbagai sumber</p> <p>(Rahayu & Edward, 2015, p.5)</p>	<p>Y2.1. Saya mencari informasi mengenai produk Xiaomi kepada keluarga & teman dekat</p> <p>Y2.2. Saya mencari informasi mengenai produk Xiaomi di internet</p> <p>Y2.3. Saya mencari informasi mengenai produk Xiaomi dari sumber lain</p>	<p>Skala Likert (1-4)</p> <p>1: Tidak Setuju</p> <p>2: Kurang Setuju</p> <p>3: Setuju</p> <p>4: Sangat Setuju</p>
	<p>Penilaian Alternatif</p> <p>Philip Kotler, (2005:204) dalam Adelina (2015)</p>	<p>Melakukan penilaian tentang beberapa alternatif yang ada dan menentukan langkah selanjutnya.</p> <p>Philip Kotler, (2005:204) dalam Adelina (2015)</p>	<p>Y3.1. Produk Xiaomi mampu memenuhi kebutuhan saya dibanding produk lain</p> <p>Y3.2. Produk Xiaomi lebih berkualitas dibanding produk dari merek lain</p> <p>Y3.3. Produk Xiaomi lebih beragam pilihan dibanding produk dari merek lain</p>	<p>Skala Likert (1-4)</p> <p>1: Tidak Setuju</p> <p>2: Kurang Setuju</p> <p>3: Setuju</p> <p>4: Sangat Setuju</p>
	<p>Keputusan Pembelian</p>	<p>Melakukan pembelian</p>	<p>Y4.1. Saya membeli produk Xiaomi</p>	

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Di dalam sebuah penelitian kuantitatif dikenal beberapa metode dan juga teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti di dalam penelitian ini terdiri dari beberapa metode dibagi dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder (Kriyantono, 2012, h. 95) sebagai berikut:

- a. Data primer : salah satu alat teknik dalam pengumpulan suatu data yang dilakukan dengan cara menyusun dimensi yang dinyatakan pada suatu pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada sample untuk dapat dijawabnya dengan cara melakukan penyebaran dalam bentuk kuesioner. Ukuran pada kuesioner terlihat dari ukuran di setiap variable memiliki nilai masing-masing, hal tersebut dianggap cukup efisien jika ingin mengambil suatu data. Penyebaran kuesioner ini mempunyai tujuan dalam mendapatkan sebuah informasi data dari seorang responden peneliti secara lengkap pada suatu masalah yang ingin diteliti oleh peneliti tanpa merasa khawatir akan jawaban yang diberikan oleh responden tidak memenuhi pada suatu kenyataan dalam pengisian daftar susun pernyataan yang diterima oleh peneliti (Kriyantono, 2012, h. 97)

Pada saat ini, peneliti menggunakan metode angket atau biasa disebut sebagai kuesioner, dimana kuesioner ini merupakan sebah bentuk rangkaian dalam bentuk

pertanyaan yang disusun secara rapih dan sistematis, yang ditujukan kepada responden yang sesuai dengan kriteria peneliti dan diterima kembali pada peneliti yang nantinya akan diproses pada pengelolaan data. Pada kuesioner tersebut, peneliti telah melakukan rangkaian susunan pertanyaan yang akan diisi sesuai dengan realitas dari responden, dengan ukuran yang sangat tidak setuju hingga menjawab kuesioner dengan sangat setuju yang pada akhirnya bisa di lihat apakah data tersebut berpengaruh atau tidak, dan penelitian ini ditujukan kepada para pengunjung toko resmi Xiaomi di daerah Tangerang. Pada kuesioner ini, penyebaran dilakukan melalui *Google Docs*, secara serentak melalui media social yaitu aplikasi *Line*, *WhatsApp*, *Instagram (direct message)* dan secara online.

- b. Data sekunder : melalui tinjauan pustaka dan dokumen.

Dokumen-dokumen yang menjadi acuan sumber penelitian dalam bentuk skripsi, jurnal ilmiah, refrensi *online* maupun *offline*. Akan tetapi, meskipun pada sebuah dokumen yang menjadi sumber primer di dalam sebuah penelitian, data yang memiliki sumber dari dokumen tersebut diharapkan menjadi pelengkap dengan data yang diperoleh melalui wawancara singkat secara langsung dengan pihak-pihak terkait untuk menjadi data penguat penelitian.

3.6 Teknik Pengukuran Data : Uji Validitas dan Realibilitas

Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner diukur dalam satuan yaitu ukuran skala *likert*. Uji Validitas dan juga Uji Reliabilitas yang digunakan dalam menguji pertanyaan kuisisioner penelitian apakah valid dan reliable dengan tujuan penelitian ini sebelum disebar. Uji validitas menurut Kriyantono (2020, p.278) dikatakan bahwa untuk menyatakan seberapa jauh keberadaan suatu instrument dapat terukur dengan suatu instrument yang ingin diukur. Alat yang dipilih pada penelitian ini memiliki tingkat untuk mengukur apa yang dapat diukurinya maka peneliti memilih untuk menggunakan sebuah angket atau kuesioner dalam mengumpulkan data-data. Untuk mendapatkan hasil terbaik pada setiap butir pertanyaan/pernyataan peneliti melakukan uji validitas untuk mengetahui pada setiap soal dari dimensi yang dipilih apakah memiliki suatu tingkat sebuah reliabilitas yang baik, maka dari itu perlu memerlukan uji reliabilitas sebagai acuan untuk melihat kualitas tiap pernyataan. Untuk melakukan hal tersebut peneliti melakukan survei dengan pada sekelompok kecil sampel atau biasa yang disebut sebagai *pre-test*. Dimana penulis mengambil jumlah responden 10% dari total jumlah sampel yang akan dipilih yaitu sebanyak 30 responden untuk melakukan *pre-test* ini. (*package for social science*) versi 26.0

Tabel 3.2 KMO and Bartlett's Test variabel X

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.840
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	347.431
	Df	78
	Sig.	.000

Sumber : Olahan data penelitian penulis, 2020

Tabel 3.3 Uji Realibilitas data *pre-test* Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.937	13

Sumber : Olahan data penelitian penulis, 2020

Berdasarkan tabel 3.3 diatas mengenai Uji Realibilitas data *pre-test* Variabel X bahwa *Cronbach's Alpha* > 0,70 yaitu 0,937 > 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Komunikasi persuasive *salesperson* memiliki hasil yang reliabel.

Tabel 3.4 KMO and Bartlett's Test Variabel Y

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.847
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	243.269
	df	45
	Sig.	.000

Sumber : Olahan data penelitian penulis, 2020

Tabel 3.5 Uji Realibilitas data *pre-test* Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.919	10

Sumber : Olahan data penelitian penulis, 2020

Berdasarkan tabel 3.5 diatas mengenai Uji Realibilitas data *pre-test* Variabel Y bahwa Cronbach's Alpha > 0,70 yaitu 0,919 > 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Keputusan pembelian memiliki hasil yang reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data pada suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi yang dapat dipahami oleh pembaca, sehingga menimbulkan karakteristik pada sebuah data yang dihasilkan menjadi mudah untuk dimengerti dan juga dapat memberikan manfaat dalam memecahkan solusi dari suatu permasalahan, dimana permasalahan utama adalah sebuah penelitian yang ingin diteliti hingga mendapatkan jawaban. Kegiatan yang dilakukan untuk memproses sebuah data hasil dari pengumpulan yang akan dilakukan pengelolaan sehingga menjadi sebuah penelitian untuk dijadikan informasi dari suatu data sehingga dapat ditarik kesimpulan yang relevan.

Tujuan akhir dari sebuah penelitian ialah untuk mendapatkan sebuah analisis informasi yang dapat menjelaskan sebuah data yang dikumpulkan dari responden yang akan diolah sehingga bisa di pahami dan mengerti pembaca sehingga dapat di tarik kesimpulan.

Di dalam metode penelitian kuantitatif yang menggunakan teknik analisis data kuantitatif merupakan suatu kegiatan sesudah data dari seluruh responden atau sumber data-data lain semua terkumpul.

Menurut Sugiyono (2012) dalam Nirmala (2018), teknik penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai suatu metode penelitian dengan

landaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel.

Umumnya teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara acak (*purposive sampling*), setelah itu pemilihan penelitian menggunakan instrumen metode penelitian kuantitatif, melakukan tabulasi dalam suatu data dari sebuah table berdasarkan hasil responden pada variabel yang ditentukan untuk menganalisa data yang bersifat kuantitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012: 7).

- H0 : Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Komunikasi Persuasif *Salesperson* Terhadap Keputusan Pembelian.
- H1 : Adanya pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Komunikasi Persuasif *Salesperson* Terhadap Keputusan Pembelian.