

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berkaitan dengan penelitian ini jenis penelitian akan dibagi menjadi dua yang terdiri dari penelitian deskriptif dan verifikatif. Sugiyono (2009: 206) menyatakan bahwa statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Penelitian verifikatif diterangkan oleh Suharsimi dan Arikunto (2004: 7) sebagai penelitian yang pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan, sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, kuesioner dan telaah dokumen :

1. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data dimana peneliti terlibat langsung untuk mengamati *event* pameran terhadap pengambilan keputusan pembelian.

2. Studi dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari buku-buku maupun jurnal yang berkaitan dengan topik pembahasan.
3. Penyebaran kuesioner digunakan untuk mendapatkan data kuantitatif terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Untuk teknik pengukuran, menggunakan Skala Likert. Teknik ini dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan tingkat penerimaan responden. Sifat pertanyaan tertutup, artinya jawaban sudah ditentukan oleh peneliti, responden tinggal memilih jawaban yang tersedia. Jawaban terdiri dari lima kategori yaitu 5, 4, 3, 2, dan 1, dimana masing-masing jawaban akan ditabulasikan, sehingga diperoleh nilai rata-ratanya.

Pengumpulan data penelitian membutuhkan suatu instrumen, instrumen ini dibutuhkan untuk pengambilan data untuk penelitian baik penelitian kualitatif maupun penelitian kuantitatif. Instrumen penelitian adalah salah satu fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga data lebih mudah diolah.

3.3 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2009: 137), dilihat dari sumber perolehannya data dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu :

1. Data primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file dan data ini harus dicari melalui narasumber yaitu orang

yang dijadikan objek penelitian atau orang yang dijadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.

2. Data sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan yang berkaitan dengan *event* pameran terhadap pengambilan keputusan pembelian.

3.4 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- **Data Kuantitatif**

Merupakan data yang diperoleh dari perusahaan yang dapat dibuktikan dengan angka-angka yang akan diolah dan dianalisa sesuai dengan metode analisis yang digunakan sehingga dapat terlihat hasilnya.

- **Data Kualitatif**

Merupakan data yang bukan angka, yang sifatnya tidak dapat dihitung berupa informasi atau penjelasan yang didasarkan pada pendekatan teoritis dan penilaian logis, dan juga penilaian menggunakan skor.

Data yang diambil dari penelitian ini terbagi dalam data primer yang bersumber dari jawaban responden setelah mengisi kuesioner. Data sekunder diperoleh dari data yang pernah mengikuti *event* pameran yang diselenggarakan Auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung.

Jenis penelitian dalam skripsi ini menggunakan penelitian survai. Penelitian survai adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009: 117), populasi adalah seluruh subjek penelitian berupa kumpulan sejumlah individu dengan kualitas serta ciri tertentu yang telah ditetapkan untuk diteliti, populasi pada penelitian ini adalah para konsumen Auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dari sebagian sumber data dan dapat mewakili populasi (Kuncoro, Engkos dan Ridwan 2008: 48). Penentuan sampel dilakukan dengan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*.

Simple random sampling adalah teknik Pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) yang ada dalam populasi itu” (Sugiyono, 2009: 82)

Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin G.Sevilla Consuelo dalam Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah (2005: 136), sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (batas kesalahan yang ditolelir ini untuk setiap populasi yaitu 1%, 2%, 3%, 4%,5%, atau 10%)

Sebelum menggunakan rumus ini, pertama ditentukan berapa batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase, semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi.

Penelitian dengan batas kesalahan 10% berarti memiliki tingkat akurasi 90%.

Jumlah populasi yang sama, semakin kecil toleransi kesalahan, semakin besar jumlah sampel yang dibutuhkan.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini sebesar 1.673 orang, dengan batas kesalahan 10%, maka jumlah sampel yang digunakan adalah :

$$n = \frac{1.673}{1 + 1.673 (0,1)^2}$$

$$= 99,9 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Sugiyono (2009: 109) bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Faktor analisis yang digunakan adalah :

- Kaiser Meyer Oikin (KMO)

Menurut Hair (2010: 137) uji KMO (Kaiser Meyer Oikin) bertujuan untuk mengetahui apakah semua data yang telah diambil telah cukup untuk difaktorkan. Apabila nilai KMO lebih besar dari 0,7 maka H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan jumlah data telah cukup difaktorkan.

- *Loading Factor*

Loading factor adalah besar korelasi antara indikator dengan konstruk yang tersembunyi. Pada banyak penelitian sosial, pengukuran suatu konstruk sangat sering dilakukan secara tidak langsung melalui indikator-indikatornya. Indikator dengan *loading factor* yang tinggi memiliki kontribusi yang lebih tinggi untuk menjelaskan konstruk yang tersembunyi. Menurut Hair (2010: 777) Pernyataan dikatakan valid apabila *factor loading* lebih besar dari 0,5.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan alat pengukuran konstruk atau variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006: 41).

Dalam melakukan perhitungan *Alpha*, digunakan alat bantu program komputer yaitu SPSS 18 dengan menggunakan model *Alpha*. Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika *Croanbach alpha* lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2006: 59).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2009: 49), operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas merupakan suatu variabel yang bebas dimana keberadaanya tidak dipengaruhi oleh variabel yang lain, bahkan variabel ini merupakan suatu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain.

Variabel yang akan diteliti adalah pengaruh *event* sebagai variabel X terhadap keputusan pembelian sebagai variabel Y. Dalam penelitian ini definisi operasional variabel dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel

Variabel	Dimensi	Definisi	Indikator	Skala
<i>Event</i> (X) (Natoradjo 2011: 38- 44)	Pemasaran kegiatan pameran	Informasi yang diberikan dengan cara yang menarik	- Spanduk - Brosur - Surat kabar - Kartu undangan kegiatan pameran	Likert
	Lokasi	Tempat atau lokasi untuk melaksanakan <i>event</i>	- Lokasi pelaksanaan pameran mudah dicapai - Lokasi pelaksanaan pameran strategis - Lokasi pelaksanaan pameran di tempat yang ramai	Likert
	Ruangan	Ruangan yang diperlukan sesuai dengan jenis dan kebutuhan acara yang dilaksanakan	- Tempat pelaksanaan pameran di SPBU dan pasar tradisional pada ruang yang terbuka nyaman - Tempat pelaksanaan pameran di hotel dan <i>mall</i> (pusat perbelanjaan) pada ruang yang besar dan memadai, cukup untuk menampung banyak pengunjung - Tata ruang dan susunan tempat pelaksanaan pameran nyaman untuk berkonsultasi dan melihat-lihat - Dekorasi ruangan bagus dan menarik perhatian pengunjung	Likert

Tabel 3.2 Definisi Oprasional Variabel (Lanjutan)

Variabel	Dimensi	Definisi	Indikator	Skala
	Suasana Lingkungan	Dimensi ketiga atau suasana ruangan yang dirasakan pengunjung	<ul style="list-style-type: none"> - Kebersihan lingkungan pameran pada SPBU dan pasar tradisional terjaga - Lingkungan pameran pada SPBU dan pasar tradisional bebas dari polusi udara - Suasana tempat pameran pada hotel dan <i>Mall</i> (pusat perbelanjaan) nyaman dengan alunan musik - Suasana pameran menarik dengan adanya hiburan - <i>Sales</i> yang melayani rapih dan menarik - Suasana pameran aman dengan adanya petugas keamanan 	Likert
Keputusan pembelian (Y) (Kotler, 2005: 204)			<ul style="list-style-type: none"> -Konsumen menyadari akan kebutuhan kendaraan -Konsumen mencari informasi alternatif sebelum pembelian -Konsumen akan membandingkan merek satu dengan yang lainnya -Konsumen memutuskan membeli produk 	Likert

Metode yang digunakan adalah metode dengan Skala Likert, dengan memberikan pilihan jawaban untuk satu pertanyaan, skor tersebut antara satu sampai lima, yaitu :

- | | |
|------------------|------------------------|
| 5. Sangat Setuju | 2. Tidak Setuju |
| 4. Setuju | 1. Sangat tidak setuju |
| 3. Netral | |

3.8 Rentang Skor Variabel

Rentang skor digunakan sebagai alat untuk mengetahui seberapa besar Responden mengapresiasi terhadap kuesioner yang diberikan. Berikut kriteria penilaian untuk rentang skor menurut menurut Umar (2002: 201) :

$$\text{Rumus} = \frac{\text{Skor Terbesar} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Rentang skor} = \frac{500 - 100}{5} = 80$$

Kriteria penilaian:

100-179 = Sangat Kurang

180-259 = Kurang

260-339 = Cukup

340-419 = Baik

420-500 = Sangat Baik

3.9 Analisis Kuantitatif

3.9.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila ada satu variabel independen sebagai prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Persamaan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Keputusan konsumen

b = Koefisien regresi variabel *event*

a = Konstanta

X = *Event*

3.9.2 Uji Hipotesis

3.9.2.1 Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji - F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Ho : $b = 0$

Artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X) yaitu *event* terhadap keputusan pembelian yaitu variabel terikat (Y).

Ho : $b \neq 0$

Artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X) yaitu *event* terhadap keputusan pembelian yaitu variabel terikat (Y).

Kriteria pengambilan keputusan :

Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$

Ha ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$

3.9.2.2 Koefisien determinasi (R^2)

Analisis Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kontribusi variabel dalam menjelaskan variabel lain.