

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verikatif. Menurut Sugiyono (2010 : 169) analisis deskriptif ini menyatakan variabel penyebab, variabel antara dan variabel terikat dengan perumusan hipotesis. Penelitian ini mencari verifikasi teori antara variabel kualitas produk melalui variabel promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Melalui uji analisis regresi berganda.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Data merupakan sejumlah informasi yang dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan. Informasi yang diperoleh memberikan keterangan, gambaran atau fakta mengenai suatu persoalan dalam bentuk kategori huruf atau bilangan. Pada penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan adalah :

- Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dan kuesioner yang disebarkan kepada responden, Sarwono (2006 : 129). Data primer pada

penelitian ini diperoleh dengan cara mewawancarai para pengguna sepeda motor Honda BeAT di Bandar Lampung.

- Data Sekunder

Menurut Tjiptono (2001 : 110) data sekunder merupakan data yang diperoleh dokumen-dokumen yang dimiliki oleh universitas, lembaga pendidikan, lembaga survey. Data sekunder juga dapat diperoleh dari literatur-literatur, berupa buku, media cetak serta elektronik, internet dan lain-lain.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Penentuan responden pada penelitian ini akan berdasarkan populasi dan sampel yang telah ditentukan, yaitu :

- Populasi

Menurut Sugiyono (2012 : 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna sepeda motor Honda BeAT di Bandar Lampung.

- Sampel

Menurut Sugiyono (2010 : 118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penentuan jumlah sampel digunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* dilakukan dengan mengambil orang-orang yang benar-benar

terpilih oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel tersebut. Misalnya orang yang mempunyai tingkat pendidikan tertentu, penghasilan, pekerjaan atau jabatan tertentu, dengan usia tertentu.

Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah :

- Pengguna sepeda motor Honda BeAT di Bandar Lampung
- Pengguna sepeda motor Honda BeAT yang merupakan penentu dalam pengambilan keputusan pembelian sepeda motor Honda BeAT

Menurut Maholtra (2004), jumlah sampel yang diambil dalam penelitian minimal 4 atau 5 kali jumlah atribut yang digunakan dalam penelitian, dengan demikian maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden, berdasarkan penghitungan ( $13 \text{ pertanyaan} \times 5 = 65$ ) kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan ada 2 jenis, yaitu :

a) Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah kegiatan pengumpulan data yang sumbernya berasal dari media-media pustaka, seperti buku pendidikan, media cetak, media elektronik, media massa, internet dan sebagainya.

b) Studi Lapangan

Studi lapangan (*Field Research*) merupakan tehnik pengumpulan data secara langsung, karena peneliti akan berinteraksi secara langsung dengan subjek penelitian. Studi lapangan dapat dibagi menjadi dua metode, yaitu penyebaran kuesioner dan wawancara.

### 3.5 Definisi Operasional

**Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kualitas Produk (X1) Kotler (2005:49), kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenyamanan, dan tingkat polusi udara kendaraan</li> <li>• Nilai ergonomis yang sesuai dengan kondisi jalan di Indonesia</li> <li>• Desain produk kendaraan</li> <li>• Kegunaan fungsional; daya tampung, daya jangkau kendaraan</li> </ul>	Ordinal
Harga (X2) Kotler & Armstrong, (2008 : 345) harga dalam arti sempit adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga produk yang terjangkau</li> <li>• Harga produk berbeda dari merek lain</li> <li>• Harga produk sesuai dengan kualitas produk</li> </ul>	Ordinal
Promosi (X3) Tjiptono (2008:229) promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jangkauan promosi berupa program cashback pembelian Honda BeAT</li> <li>• Jangkauan promosi berupa hanya dengan membayar uang muka sudah dapat membawa pulang sepeda motor Honda BeAT</li> <li>• Kuantitas penayangan iklan di media promosi</li> <li>• Kualitas penyampaian pesan dari iklan sebagai media promosi</li> </ul>	Ordinal

**Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional (Lanjutan)**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Keputusan Pembelian (Y) Schiffman, Kanuk (2004 : 547) adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa dalam membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keputusan pembelian dipicu oleh kualitas produk</li> <li>• Keputusan pembelian dipicu oleh harga</li> <li>• Keputusan pembelian dipicu oleh promosi</li> </ul>	Ordinal

### 3.6 Skala Pengukuran

Kuesioner yang telah diisi responden perlu dilakukan penghitungan, penghitungan dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Berikut ini bobot penilaian pada skala Likert. Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban dari para responden pada penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuesioner, dengan skala pengukuran Likert (*Likert's Summating Ratings*). Skala pengukuran dalam kuesioner penelitian ini juga menggunakan skala ordinal.

**Tabel 3.2 Penilaian Skala Likert**

<b>Bobot Nilai</b>	<b>Jawaban</b>
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Ragu-ragu
4	Setuju
5	Sangat Setuju

### 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.7.1 Uji Validitas

Validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Penelitian dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan diinginkan dengan tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Penelitian ini menggunakan *analysis factor* program SPSS 20.0., dan pernyataan dikatakan valid apabila *factor loading* di atas 0,5.

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Arikunto (2002 : 146) adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen. Instrumen yang sudah dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Arikunto (2002 : 146) merumuskan *alpha cronbach* yang telah dibakukan sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  = reabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian butir

$\sigma_1^2$  = varian total

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *alpha cronbach* ( $\alpha$ ) >0,50 dengan bantuan SPSS 20.0.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Data yang telah diperoleh masih berupa data mentah, dan masih harus diproses terlebih dulu untuk mengetahui hasil dari penelitian yang dilakukan. Pada penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah :

#### a) Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah riset yang cara pengolahan datanya tidak dikuantifikasi atau tidak dihitung dan tidak menggunakan analisis matematis. Analisis kualitatif dalam penelitian ini berdasarkan hasil pernyataan responden dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju yang tertuang dalam kuesioner, kemudian disimpulkan dengan skor tertinggi dan terendah menurut Nurgiyantoro (2004).

### Rumus Interval

$$\begin{aligned}
 & \frac{\text{Jumlah skor tertinggi} - \text{Jumlah skor terendah}}{\text{Jumlah kelas (variabel)}} \\
 = & \frac{(5 \times 100) - (1 \times 100)}{5} \\
 = & \frac{500 - 100}{5} \\
 = & \frac{400}{5} \\
 = & 80
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil penghitungan interval kelas sebesar 80, maka dapat dibuat rentang skor dari jawaban 100 responden sebagai berikut :

**Tabel 3.3 Rentang Skor Variabel Harga**

No	Rentang Skor	Keterangan
1	100 – 180	Sangat Tidak Baik
2	181 – 260	Tidak Baik
3	261 – 340	Cukup Baik
4	341 – 420	Baik
5	421 – 500	Sangat Baik

#### b) Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah riset yang cara pengolahan datanya dihitung menggunakan analisis sistematis. Penelitian ini menggunakan uji regresi

linier berganda. Uji regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Uji regresi linier berganda dapat dilihat dalam persamaan berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian Konsumen

X 1 = Kualitas Produk

X 2 = Harga

X 3 = Promosi

bX = Koefisien regresi variabel X

a = Kostanta

e = *Standard Error*

### 3.9 Pengujian Hipotesis

- **Uji F**

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji F (*Fisher*) pada tingkat keyakinan 95%, dengan kriteria disesuaikan dengan jumlah responden dan jumlah variabel penelitian.

- **Uji T**

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian ini dilakukan dengan uji T pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Apabila  $p\text{-value} > 0,05$  , maka  $H_a$  ditolak.

Artinya secara individual variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Apabila  $p\text{-value} \leq 0,05$  , maka  $H_a$  diterima.

Artinya secara individual masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.