BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Rosady Ruslan (2008: 24), metode adalah kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya. Sementara pengertian penelitian menurut Soerjono Soekanto dalam buku Rosady Ruslan (2008 : 24) adalah kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten.

Menurut Sugiyono (2005 : 01), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, dan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris, dan sistematis. Dalam penelitian ini yaitu Rasional yang merupakan kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal atau sesuai dengan kenyataan, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian *Assosiatif*. Menurut Sugiyono (2008 : 56) Penelitian *asosiatif* yaitu penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, pada variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian Daihatsu Sirion di Bandar Lampung. Hasil penelitian ini dapat

membangun teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala.

3.2 Objek penelitian

Objek penelitian dari penelitian ini yaitu di PT Astra Daihatsu Motor Bandar Lampung yang beralamat di Jalan Ahmad Yani No. 1 Tanjung Karang Bandar Lampung

3.3 Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung di lokasi penelitian dengan memberikan kuisisioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berisikan informasi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian. Peneliti memperoleh data sekunder dari buku-buku pendukung, jurnal, koran, internet dan sebagainya. Data sekunder yang dipakai dalam penelitian ini data dari PT Astra Daihatsu Motor Bandar Lampung di Bandar Lampung.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2005 : 72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh tim peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Daihatsu Sirion. Adapun penelitian

ditujukan kepada konsumen di wilayah Bandar Lampung karena konsumen di wilayah Bandar Lampung dianggap dapat mewakili konsumen pengguna Daihatsu Sirion. Jumlah populasi dalam penelitian ini berdasarkan data tabel 2 pada bab I yaitu sebanyak 2915 konsumen.

3.4.2 Sampel

Definisi sampel menurut Sugiyono (2005 : 73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Menurut Sugiyono (2005 : 73) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel. Sampel dari populasi dapat dijadikan sampel dihitung dengan menggunakan rumus *Solvin* :

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

Keterangan:

n = Banyaknya unit sampel

N = Banyaknya unit populasi

d = Taraf nyata 0,1

1 = Bilangan konstan

Sugiyono (2006 : 120).

$$n = \frac{2915}{30.76}$$

$= 96.683$ dibulatkan menjadi 100 sampel

Dengan perhitungan tersebut, maka sampel akan diambil penulis dalam melakukan penelitian ini sebanyak 100 sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah yaitu menggunakan *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih. Karena konsumen yang pernah membeli produk Daihatsu Sirion tidak mudah untuk ditemukan maka, sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* Menurut Sugiyono (2005 : 74) *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sampel secara sengaja sesuai kriteria ataupun persyaratan dari sampel yang diperlukan dan cocok sebagai sumber data. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli/memakai mobil Daihatsu Sirion di Bandar Lampung.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Dokumentasi

Pengambilan data secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian mengenai masalah yang diteliti.

b. Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2005 : 135) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pokok yang dipergunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini. Teknik ini dipakai untuk mendapatkan data tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang pernah membeli Daihatsu Sirion di Lampung.

Teknik yang digunakan dalam penelitian adalah skala likert 1 sampai dengan 5. Dalam skala likert, kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner pilihan dimana setiap item pernyataan disediakan 5 jawaban. Jawaban yang mendukung pernyataan diberi penilaian yang tinggi sedangkan jawaban yang kurang mendukung pernyataan diberi penilaian rendah.

1. Kategori sangat setuju	= 5
2. Kategori setuju	= 4
3. Kategori ragu-ragu	= 3
4. Kategori tidak setuju	= 2
5. Kategori sangat tidak setuju	= 1

3.6 Variabel Penelitian

Menurut Karlinger dalam buku Sugiyono (2005 : 32) menyatakan bahwa variabel adalah kontrak (*Construct*) atau sifat yang akan di pelajari. Selanjutnya Sugiyono (2005 : 32) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang atau objek kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di

tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun variabel dalam penelitian ada dua yaitu :

1. Variabel Independen (X) : Atribut Produk pada Daihatsu Sirion di Bandar Lampung.
2. Variabel Dependen (Y) : Keputusan Pembelian pada Daihatsu Sirion Bandar Lampung.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel

dibawah ini :

Tabel 3.1: Operasional Variabel

Konsep	Variabel	Definisi	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Atribut Produk (X)	Kualitas produk (X1)	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsi-fungsinya". Sumber: Kotler dan Armstrong (2008:347)	Tingkat kualitas yang diharapkan untuk memenuhi keinginan konsumen PT astra Daihatu Motor di Bandar Lampung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas mesin 2. Kapasitas mesin 3. Jenis mesin 	Likert
	Desain produk (X3)	Desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen". Sumber: Kotler dan Armstrong (2008 : 347)	Desain produk sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen PT Astra Daihatsu Motor di Bandar Lampung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain body 2. Warna produk 3. Kapasitas tempat duduk 	Likert
	Fitur produk (X3)	Alat untuk bersaing yang membedakan produk suatu perusahaan dengan produk perusahaan-perusahaan pesaing Sumber: Kotler dan Armstrong (2008 : 347)	Tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan konsumen PT Astra Daihatsu Motor di Bandar Lampung.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan fitur 2. Kemudahan penggunaan fitur 3. Kesesuaian fitur dengan kebutuhan 	Likert
Keputusan Pembelian (Y)		Keputusan Pembelian merupakan suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih alternatif Sumber: Kotler dan Keller (2009 : 184)	Keputusan pembelian merupakan suatu penentuan apa yang akan dibeli atau tidaknya oleh konsumen, keputusan didasarkan kepada hasil yang diperoleh dari kegiatan atau aktivitas sebelum pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan tentang bentuk produk 2. Keputusan tentang merek 3. Keputusan tentang penjualan 4. Keputusan tentang jumlah produk 5. Keputusan tentang waktu pembelian 	Likert

3.8 Uji Persyaratan Instrumen

3.8.1 Uji Validitas Instrumen

Menurut Bilson Simamora (2007 : 57) uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan mendapatkan apa yang diinginkan. Uji validitas dilakukan untuk menguji butir pertanyaan yang disebarkan pada sampel yang bukan responden sebenarnya (Abdurahman dan Muhidin, 2007 : 36).

Menurut Sugiyono (2005 : 272) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau ketetapan suatu instrument

Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Pearson Corelation*. Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang diinginkan, sehingga penulis menguji validitas angket dengan kuisisioner yang langsung diberikan kepada konsumen yang pernah membeli produk Daihatsu Sirion

Kriteria pengujian :

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima

Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak

Uji validitas dilakukan melalui program SPSS

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2008:87) reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik kuantitatif, suatu data dikatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda

menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Reliabilitas juga menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu alat ukur cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena alat tersebut sudah baik. Dalam penelitian ini digunakan teknik reliabilitas internal dengan rumus koefisien alpha. Menurut Arikunto (2007: 196), rumus *Alpha Cronbach* yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah :

$$R = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan :

R : Reliabilitas Instrumen

k : Banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma b^2$: Jumlah varian butir

σ^2 : Varian total

Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Croanbach's Alpa* >0,5

3.9 Metode Analisis Data

Regresi Linier Berganda

Regresi berganda digunakan untuk melakukan pengujian pengaruh antara satu variabel independen terhadap variabel terikat dan dalam perhitungannya peneliti menggunakan bantuan program SPSS 17.0 dan persamaan regresi linier berganda yang terdapat dalam buku Sugiyono (2005 : 20)

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

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

α = Nilai konstanta

β = Koefisien regresi

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Desain Produk

X₃ = Fitur Produk

e = standar eror

3.10 Pengujian Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini menggunakan Uji t untuk menguji signifikansi, yaitu pengujian hipotesis melalui uji t pada penelitian ini mengenai pengaruh Atribut Produk yaitu yang terdiri dari Kualitas (X₁), Desain (X₂), dan Fitur(X₃) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dalam perhitungannya menggunakan bantuan program SPSS 17.0

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi variabel X terhadap variabel Y. Uji t ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$) dan derajat bebas / dk = n – 2, dengan ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

1. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$) maka, Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y
2. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$) maka, Ho diterima dan Ha ditolak. Artinya, variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y