BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan dan pelaksanaan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis. Pengertian desain penelitian menurut Moh. Nazir (2005) menerangkan bahwa : “Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Maholtra (2007) mendefinisikan desain penelitian merupakan kerangka kerja yang digunakan dalam melakukan sebuah riset pemasaran.

Desain penelitian merancang detil dari berbagai prosedur untuk mendapatkan informasi terstruktur untuk menjawab masalah penelitian. Desain penelitian pemasaran terbagi menjadi dua, yaitu penelitian eksploratori dan penelitian konklusif. Penelitian konklusif terbagi lagi menjadi dua, yaitu penelitian deskriptif dan penelitian kausal. Penelitian ini dilakukan secara deskriptif dimana penelitian ini dilakukan untuk memberikan pemaparan yang lebih luas. Penelitian deskriptif bertujuan mendeskripsikan atau menggambarkan suatu permasalahan.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian dengan mengambil objek penelitian pada konsumen sepeda motor Honda Beat di Lampung Tengah . Adapun penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Istana Motor II Lampung Tengah. Menurut Sugiyono (2009) pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut : "Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya."

3.3 Jenis Penelitian

Dari jenis penelitian yang digunakan dengan metode penelitian *eksplanatory* yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2009).

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2009), yaitu: "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang membeli sepeda motor Honda Beat di Dealer Istana Motor II Lampung Tengah

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2009) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin menggunakan semua populasi, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk sepeda motor Honda Beat di Dealer Istana Motor II Lampung Tengah.

Pada penelitian ini, Jumlah sample dalam penelitian ini dihitung dengan rumus :

Menurut Widyanto (2008), jumlah sample minimal ditentukan dengan rumus :

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sample

Z = Tingkat Distribusi Normal

Moe = *Margin of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan.

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau Z = 1,96 dan moe sebesar 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{1{,}96^2}{4(0{,}10)^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416}{0{,}04}$$

n = 96,04 atau 96; dan dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 96,04 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden. Karena dasar itulah peneliti menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang pengambilan objeknya sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dengan menggunakan berbagai cara (Fuad Mas'ud, 2004).

Sedangkan kriteria pemilihan sampel tersebut adalah :

- Konsumen yang membeli produk sepeda motor Honda Beat di Dealer Istana Motor II Lampung Tengah.

3.5 Jenis Sumber Data

Sumber data adalah informasi yang memiliki arti bagi penggunanya. Data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Sedangkan dari data yang digunakan untuk menyusun skripsi ini menggunakan sumber data antara lain:

1. Data Primer

   Data primer adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari sumber asli, tanpa perantara. Data primer diperoleh dari pengisian kuesioner oleh konsumen sepeda motor Honda Beat di Istana Motor II Lampung Tengah.

2. Data Sekunder

   Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari organisasi atau perorangan yang berupa literatur seperti majalah, surat kabar, buku-buku referensi,

artikel, jurnal, website maupun keterangan dari kantor yang ada hubungannya dalam penelitian tersebut dan kaitanya dengan kualitas produk dan harga.

3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Variabel Peneitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Berikut penjelasan kedua variabel tersebut :

a. Variabel Independen

Variabel Independen adalah yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Uma Sekaran,2006)

Variabel independen pada penelitian ini terdiri dari:

1). Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk adalah persepsi konsumen mengenai kualitas produk.

Indikator-indikator kualitas antara lain :

1. Kesesuaian produk
2. Kesempurnaan produk
3. Variasi warna produk
4. Variasi desain produk
5. Daya tahan produk

2). Harga (X2)

Harga adalah persepsi konsumen tentang harga produk.

Indikator-indikator harga antara lain :

1. Harga terjangkau

2. Harga bersaing
3. Potongan harga(diskon)/cash back
4. Pembayaran dalam pembelian
5. Harga jual

b. Variabel dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama penelitian (Uma Sekaran,2006).Dengan kata lain,variabel dependen menjelaskan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi.Variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Indikator-indikator keputusan pembelian antara lain :

1. Pemenuhan kebutuhan
2. Rekomendasi produk
3. Pencarian informasi suatu produk
4. Perbandingan produk
5. Kepuasan akan suatu produk
6. Keputusan akan pembelian suatu produk

3.6.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantive dari suatu konsep. Tujuannya adalah agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah di definisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang ditelitinya.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kualitas Produk	Penilaian konsumen mengenai atribut dalam produk yang akan memenuhi kebutuhan dan memberi manfaat pada mereka	• Kesesuaian produk • Kesempurnaan produk • Variasi warna produk • Variasi desain produk • Daya tahan produk	Likert
Harga	Kemampuan seseorang dalam menilai suatu barang dengan satuan alat ukur rupiah untuk dapat membeli produk yang ditawarkan	• Harga terjangkau • Harga bersaing • Potongan harga(diskon)/ cash back • Pembayaran dalam pembelian • Harga jual	Likert
Keputusan Pembelian	Sebagai suatu proses dimana konsumen mengenali kebutuhannya, mencari informasi mengenai produk yang sesuai dan mengambil keputusan tentang produk mana yang akan dibeli dan digunakan	• Pemenuhan kebutuhan • Rekomendasi produk • Pencarian informasi suatu produk • Perbandingan produk • Kepuasan akan suatu produk • Keputusan akan pembelian suatu produk	Likert

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Kusioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan peneliti pada responden untuk diberikan jawaban. Kusioner terdiri dari pertanyaan terbuka, yaitu pertanyaan yang berkaitan dengan identitas responden serta pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang telah tersedia.

Pertanyaan dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan skala Likert 1 – 5 yang masing – masing mewakili pendapat dari responden. Skala tersebut adalah sebagai berikut :

a. Sangat setuju : Skor / Bobot 5

b. Setuju : Skor / Bobot 4

c. Netral : Skor / Bobot 3

d. Tidak Setuju : Skor / Bobot 2

e. Sangat Tidak Setuju : Skor / Bobot 1

Responden dalam penelitian adalah konsumen sepeda motor Honda Beat di Istana Motor II Lampung Tengah.

3.7.2 Studi Pustaka

Studi pustaka adalah suatu metode pengumpulan data yang diperoleh dari buku – buku, majalah, jurnal, dan literatur lain yang relevan dengan masalah penelitian. Data yang diperoleh melalui studi kepustakaan adalah sumber informasi yang telah ditemukan oleh para ahli yang kompeten dibidangnya masing-masing sehingga relevan dengan pembahasan yang sedang diteliti Studi kepustakaan

yang digunakan dalam penelitian ini merupakan sebagai teori dasar yang diperoleh serta dipelajari pada penelitian ini.

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari analisis data kualitatif dan analisis data kuantitatif.

3.8.1 Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif adalah analisis data yang menggunakan data tidak berbentuk angka-angka yang biasanya data verbal yang diperoleh dari pengamatan dan wawancara (Burhan Nurgiyantoro dkk, 2004). Dari hasil analisis data kuantitatif diperoleh hasil yang selanjutnya dianalisis dengan menggunakan data kualitatif. Dalam penelitian ini analisis kualitatif tersebut adalah hasil pernyataan responden dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, kemudian jawaban dengan skor terbanyak yang disimpulkan.

3.8.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik. Analisis kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel- variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 2002)

3.9 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

3.9.1 Uji Validitas

Ferdinand (2006) menyatakan valid dapat berarti bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Validitas yang digunakan dalam penelitian menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Ferdinand, 2006). Suatu alat ukur dikatakan valid jika mempunyai korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya. Dalam uji validitas dapat digunakan SPSS (Statistical Product and Service Solutions) dan dapat pula digunakan rumus teknik korelasi *product moment* (Husein Umar, 2003) :

$$r = \frac{n\left(\sum X\right) - \left(\sum X \sum Y\right)}{\sqrt{\left(n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2\right)\left(n\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right)}}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi

n = jumlah obsevasi/responden

X = skor pertanyaan

Y = skor total

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Korelasi Product Momen Pearson)* dalam SPSS. Pada penelitian ini perhitungan validitas instrumen digunakan bantuan software komputer yaitu SPSS (Statistical Package for the Sosial Science) 17 for Windows menggunakan uji 2 sisi dengan

taraf signifikansi 0.05 (korelasi product momen pearson). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

1. Bila : r hitung ≥ r tabel (uji 2 sisi dengan sig 0.05) maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total yang berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Bila : r hitung ≤ r tabel (uji 2 sisi dengan sig 0.05) maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total yang berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji seberapa jauh alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Alat ukur yang digunakan dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil jika dilakukan berulang – ulang. Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakn *Cronbach alpha* (α), dimana suatu konstruk/variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *alpha* (α) > 0,50 (Ferdinand, 2006).

3.10 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam upaya untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda *(Multiple Regression)*. Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel

dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2005). Jadi, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga sebagai variabel bebas terhadap keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Rumus umum dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

Y = a + b1X1 + b2X2

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Koefisien Konstanta

b1, b2 = Koefisien Regresi

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Uji T

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2005). Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005) :

1. Jika angka probabilitas signifikansi > 0,5 maka H0 diterima dan H1 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel bebas (kualitas produk dan harga) secara individual tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

2. Jika angka probabilitas signifikansi < 0,5 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel bebas (kualitas produk dan harga) secara individual memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

3.11.2 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel berpengaruh terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel pada taraf signifikansi sebesar 5% atau α = 0,5. Dasar penerikan kesimpulan atas pengujian ini adalah sebagai berikut :

1. Jika F hitung > F tabel maka H1 ditolak dan H0 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel bebas secara bersama-sama atau simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika F hitung < F tabel maka H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel bebas secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.12 Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi (R2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati

satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Karena variabel independen pada penelitian ini lebih dari 2, maka koefisien determinasi yang digunakan adalah Adjusted R Square (Imam Ghozali, 2005). Dari koefisien determinasi (R2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam persentase.