

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Sugiyono (2004: 132), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Penelitian ini bersifat verifikatif, yaitu untuk menguji teori dengan menggunakan hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistika yang digunakan untuk menguji hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari lapangan penelitian.
2. Data Sekunder, yaitu data tambahan yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti. Data sekunder ini diperoleh berbagai referensi seperti literatur, arsip, dokumentasi dan berbagai data lain yang dibutuhkan dan berkaitan dengan permasalahan penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2004: 73), populasi adalah seluruh subjek penelitian berupa kumpulan sejumlah individu dengan kualitas serta ciri tertentu yang telah ditetapkan untuk diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk sepeda motor Honda Revo pada PT Tunas Dwipa Matra Cabang Pahoman Bandar Lampung yang tidak terbatas jumlahnya.

3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2004: 73), sampel adalah perwakilan atau sebagian dari populasi yang masih memiliki sifat-sifat utama dari populasi tersebut dan ditetapkan oleh penelitian sebagai responden penelitian. Penentuan besarnya sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Roscoe dalam Ferdinand (2006: 191), bahwa untuk jumlah sampel yang tidak tentu dapat digunakan patokan yaitu banyaknya butir dikalikan dengan 5. Banyaknya butir ini adalah 20, sehingga jumlah sampelnya adalah $20 \times 5 = 100$ orang.

Teknik pengambilan sampel (teknik *sampling*) dilakukan dengan *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2004: 77).

3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Tabel 5. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Sub variabel	Indikator	Skala
Bauran pemasaran Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran (Kotler, 2004)	Produk	a) Produk sepeda motor Honda Revo memiliki kualitas yang baik b) Desain produk sepeda motor Honda Revo yang baik c) Daya tahan produk sepeda motor Honda Revo yang baik	Interval
	Harga	a) Harga produk sepeda motor Honda Revo terjangkau oleh pelanggan b) Harga sesuai dengan kualitas produk sepeda motor Honda Revo	Interval
	Distribusi	a) Kemudahan pelanggan mendapatkan produk b) Ketersediaan varian produk di dealer penjualan	Interval
	Promosi	a) Promosi dengan menggunakan media cetak b) Promosi dengan menggunakan media elektronik	Interval
	Orang-Orang	a) Layanan penjualan oleh karyawan PT Tunas Dwipa Matra pada konsumen b) Layanan purnajual oleh karyawan PT Tunas Dwipa Matra pada konsumen	Interval
	Wujud Fisik	a) Kelengkapan Fasilitas pada PT Tunas Dwipa Matra b) Kenyamanan Fasilitas pada PT Tunas Dwipa Matra	Interval
	Proses	a) Proses pembelian produk yang tidak rumit b) Kecepatan pelayanan pembelian dan servis produk yang tidak rumit	Interval
Keputusan Pembelian Keputusan pembelian adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli produk yang dipasarkan oleh perusahaan (Suhandang, 2005: 112)	Perhatian Minat Hasrat Keputusan Pembelian	a) Perhatian pada produk sepeda motor Honda Revo (<i>attention</i>) b) Minat konsumen pada produk sepeda motor Honda Revo (<i>interest</i>) c) Hasrat konsumen pada produk sepeda motor Honda Revo (<i>desire</i>) d) Keputusan konsumen untuk membeli produk sepeda motor Honda Revo (<i>decisior</i>) e) Kegiatan pembelian produk sepeda motor Honda Revo oleh konsumen (<i>action</i>).	Interval

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan

1. Kuisisioner yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui pengisian kuisisioner terhadap konsumen yang telah ditentukan.
2. Dokumentasi yaitu pengumpulan data melalui dokumentasi bertujuan untuk mengetahui konsep- konsep yang berkaitan dengan penelitian. Selain itu data juga diperoleh berbagai jurnal, arsip dan sumber dokumen lain.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data yang dillakukan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu mendeskripsikan hasil perhitungan yang dilakukan dengan berdasarkan pada distribusi jawaban responden pada kuisisioner penelitian.