

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian dengan metode deskriptif verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran/deskripsi tentang ciri-ciri variabel keterlibatan. Sedangkan penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis. Dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini metode deskriptif verifikatif tersebut digunakan untuk menguji pengaruh dari faktor-faktor keterlibatan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada PT Astra Internasional di Bandar Lampung.

3.2 Jenis Data

Dalam penelitian ini, data yang akan digunakan bersumber dari :

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui wawancara, dan pengamatan langsung terhadap sumber yang diteliti. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pemilik dan pengguna mobil Daihatsu Xenia Di Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dan diperoleh dari pihak-pihak lain. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari PT Astra Internasional Bandar Lampung dan literatur-literatur yang berhubungan dan sumber-sumber lain yang mendukung antara lain internet.

3.3 Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Penulis mengadakan wawancara atau tanya jawab langsung terhadap objek penelitian dalam hal ini pemilik dan pengguna mobil Daihatsu Xenia.

b. Kuisioner

Pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang akan diberikan langsung kepada objek penelitian dalam hal ini pemilik dan pengguna mobil Daihatsu Xenia.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi atau *universe* adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang cirinya akan diduga dan populasi yang dipilih erat hubungannya dengan masalah yang ingin dipelajari. Populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam satu riset khusus. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah pembeli mobil Daihatsu Xenia sekaligus pengguna mobil Daihatsu Xenia di Bandar Lampung .

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari subjek penelitian populasi yang akan diteliti, (Sugiyono,2005:56). Teknik sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan cara *purposive sampling* yaitu, sampel yang dipilih dengan cermat, dan pertimbangan yang sesuai dengan kriteria, sehingga relevan dengan rancangan penelitian. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah responden merupakan orang-orang yang pernah memiliki dan menggunakan mobil Daihatsu Xenia di Bandar Lampung.

Hair (2006:112) dalam Wardhani (2008:43) menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang menggunakan analisis faktor, minimal berjumlah lima dan maksimal berjumlah sepuluh kali variabel yang dianalisa atau indikator. Indikator dari penelitian ini berjumlah 10, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut: $\text{Jumlah Sampel} = 9 \times 10 = 90$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, jumlah responden yang akan dijadikan sampel adalah 90 orang responden, yaitu orang-orang yang pernah memiliki dan menggunakan mobil Daihatsu Xenia.

3.5 Variabel Operasional Penelitian

3.5.1 Variabel Independen (X)

Variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiono, 2003:33). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah keterlibatan, dikarenakan variabel ini yang akan mempengaruhi variabel terikat (Y) yaitu

keputusan membeli mobil Daihatsu Xenia pada PT Astra Internasional di Bandar Lampung.

3.5.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiono, 2003:33). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan membeli mobil Daihatsu Xenia pada PT Astra Internasional di Bandar Lampung karena variabel ini dipengaruhi oleh independen (X) yaitu keterlibatan.

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
1. Pribadi	Pengaruh dari dalam diri yang menimbulkan respon	-kebutuhan -kepentingan -ketertarikan / minat -nilai	- Tingkat kebutuhan - Tingkat kepentingan - Tingkat ketertarikan - Tingkat keberagaman nilai	Skala Interval
2. Produk	Produk adalah obyek. Sebagai obyek, produk bersifat pasif. Adapun pengaruhnya dalam keterlibatan berkenaan dengan cara konsumen merespon produk.	- Harga - Kualitas Produk - Desain - media komunikasi - manfaat	- tingkat harga yang terjangkau - Tingkat keberagaman kualitas - Tingkat keberagaman desain -Tingkat keberagaman media komunikasi - Tingkat keberagaman manfaat	Skala Interval

3. Situasi	Kondisi yang ada disekitar kita yang dengan segera mengaktifkan konsekuensi dan nilai penting.	-situasi pembelian -situasi penggunaan	- Tingkat keberagaman situasi pembelian - Tingkat keberagaman situasi penggunaan	Skala Interval
3.Keputusan pembelian	adalah Keputusan yang diambil dalam mengkonsumsi sesuatu yang dilakukan oleh konsumen	Keterlibatan mempengaruhi keputusan membeli mobil Daihatsu Xenia		Skala Interval

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan seberapa baik hasil-hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukur sesuai dengan teori-teori yang digunakan. Pada penelitian ini menggunakan analisis faktor untuk mengukur kevaliditasan kuesioner.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan ketepatan pengukuran, bila pengukuran dilakukan pada objek yang sama berulang kali dengan instrumen yang sama. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dengan *Alpha Croanbachs*:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 i}{\sigma^2} \right]$$

keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma^2_i$ = Jumlah Varians pertanyaan

σ^2_i = Varians total

Keterangan
$$\sigma^2_i = \frac{\sum x^2_i - (\sum x_i)^2 / n}{n}$$

(sumber: Arikunto, 1999:164)

Instrument dapat dikatakan reliabel bila memiliki koefisien kehandalan reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih (Uyanto, 2006:206)

3.7 Alat Analisis

3.7.1 Analisis Kualitatif

Analisis ini menggunakan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dan dihubungkan dengan teori pemasaran dengan pendekatan perilaku konsumen atau pendekatan-pendekatan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan konsumen dalam keputusan pembelian mobil, tujuannya tentu untuk mencari pemecahannya.

Dalam perhitungan variabel-variabel yang diteliti, dilakukan dengan analisis skala interval, suatu cara yang sistematis untuk memberikan nilai pada setiap pertanyaan dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika responden menjawab (a) skala interval 81 – 100

Jika responden menjawab (b) skala interval 61 – 80

Jika responden menjawab (c) skala interval 41 – 60

Jika responden menjawab (d) skala interval 21 – 40

Jika responden menjawab (e) skala interval 1 – 20

3.7.2 Analisis Kuantitatif

Dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda, analisis ini dipakai untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan analisis linear berganda. Persamaan regresi linear berganda yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

$X_{(1,2,3\dots n)}$ = Faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan konsumen pada saat pembelian mobil

Kemudian hubungan fungsional tersebut dimodifikasikan menjadi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + Et$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X1 = Pribadi

X2 = Produk

X3 = Situasi

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

Et = Error term

3.8 Uji Hipotesis

Dalam melakukan pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan uji-f dan Uji-t, berikut Langkah-langkah menguji hipotesis dengan Uji-F dan Uji-T:

1. Pengujian Keberartian Secara Keseluruhan

Pengujian ini menggunakan Uji-F pada taraf kepercayaan 95% atau alpha sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan $(dk_1) = K-1$ dan $(dk_2) = n-k$. Uji ini disebut juga sebagai uji signifikan simultan. Kuncoro (2003:19) mengatakan uji ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Hipotesis yang dirumuskan:

$H_0 : b_1 = 0$ (Tidak ada pengaruh nyata)

$H_0 : b_1 \neq 0$ (Ada pengaruh nyata)

Kriteria pengujian :

- a. H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $F_{hitung} > F_{Tabel}$
- b. H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $F_{hitung} \leq F_{Tabel}$

2. Pengujian Keberartian secara Parsial (Uji t dua arah)

Pengujian ini menggunakan uji-t pada taraf kepercayaan 95% atau alpha sebesar 0,05. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Hipotesis yang dirumuskan:

$H_0 : b_1 = 0$ (Tidak ada pengaruh nyata)

$H_0 : b_1 \neq 0$ (Ada pengaruh nyata)

Kriteria pengujian :

- c. H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
- d. H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Kriteria yang digunakan dalam analisis ini adalah :

a. Bila t Hitung lebih besar dari t tabel, maka (H_0) ditolak dan menerima alternatif

(H_a) yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

b. Bila t Hitung lebih kecil dari t tabel, maka (H_0) diterima dan menolak alternatif

(H_a) yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Pengolahan data jawaban responden yang telah melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk mendapatkan persamaan regresi linear berganda, (Santoso, 2006) sehingga penulis tidak mengalami kesulitan apabila menggunakan perhitungan manual.