

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian

1. Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:95), variabel penelitian adalah “segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tersebut tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Variabel penelitian bisa disebut suatu atribut atau sifat, obyek, organisasi, atau kegiatan yang ditetapkan oleh peneliti. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen):

a. Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2013:96). Variabel bebas atau variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah harga (X1), promosi (X2) dan pelayanan (X3)

b. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat atau variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang akan dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel	Definisi	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	keputusan membeli seseorang merupakan hasil suatu hubungan yang saling mempengaruhi dan yang rumit antara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi pada dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan membeli 5. Perilaku pasca pembelian
Harga (X_1)	Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk pada dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan 3. Daya Saing 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 5. Harga mempengaruhi daya beli konsumen 6. Harga mempengaruhi konsumen pengambilan keputusan
Promosi (X_2)	Promosi merupakan semua jenis kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan yang ditujukan untuk mendorong permintaan atau pembelian konsumen pada dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan yang Menarik 2. Promosi Penjualan 3. Publisitas Pesaing 4. <i>Public Relation</i>
Pelayanan (X_3)	pelayanan konsumen adalah suatu perilaku yang ditunjukkan oleh si penjual sesuai dengan yang diinginkan oleh pembeli dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginannya dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reliabilitas 2. Responsivitas 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Empati

B. Pendekatan dan Teknik Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:12), pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka atau data yang dapat dihitung serta dapat dianalisis secara sistematis dengan menggunakan statistik.

2. Teknik Penelitian

Teknik penelitian berkaitan dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan variabel yang sesungguhnya mempengaruhi Keputusan Pembelian, karena data yang diperlukan belum tersedia sehingga masih perlu menyusun instrumen pengumpulan data secara terstruktur. Atas dasar kriteria ini, maka teknik yang sesuai adalah kausal komparatif. Menurut Sugiyono (2013:109), penelitian kausal komparatif adalah penelitian yang dilakukan untuk membandingkan suatu variabel (objek penelitian), antara subjek yang berbeda atau waktu yang berbeda dan menemukan hubungan sebab akibat.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Adapun yang menjadi obyek penelitian ini adalah dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek tepatnya Jl. Soekarno Hatta No.26, Dobangsan, Kelutan, Kec. Trenggalek, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur 66313.

2. Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, waktu penelitian akan diuraikan berdasarkan pada rencana penggunaan waktu sesuai dengan batas waktu yang sudah ditentukan. Adapun waktu penelitian dilakukan dari bulan Juni-Juli 2022.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan individu atau objek yang diteliti yang memiliki karakteristik yang sama (Sugiyono, 2012). Populasi dalam penelitian ini termasuk populasi tak terhingga (*infinite population*), yaitu ukuran populasi yang sudah sedemikian besarnya sehingga sudah tidak bisa dihitung (*uncountable*). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel yang terpilih merupakan bagian dari populasi dan dianggap dapat mewakili dari keseluruhan populasi tersebut. Penentuan sampel penelitian haruslah representatif, maksudnya dapat mencerminkan dari seluruh karakteristik yang terdapat pada populasi. Menurut Sugiyono (2013:165), “bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariat (korelasi atau regresi ganda) maka jumlah sampel minimal harus 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Variabel pada penelitian ini ada 4 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel adalah $10 \times 4 = 40$ yang artinya minimal anggota sampel

yang diteliti adalah 40 orang, maka peneliti menentukan sampel yang diteliti yaitu sekitar 40 responden.

Teknik pengambilan sampelnya adalah *accidental sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dengan demikian, sampel yang terpilih merupakan bagian dari populasi dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi. Menurut Sugiyono (2013:85), teknik *accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan cara kebetulan bertemu pada saat observasi dan penelitian yaitu siapa saja konsumen dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek.

E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1. Pengembangan Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang dipakai dalam sebuah kegiatan penelitian yang khususnya sebagai pengukuran dan pengumpulan data. Bisa berupa angket, seperangkat soal tes, lembar observasi dan lain sebagainya.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner (angket). Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam angket ini disusun berdasarkan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Pada penelitian ini disediakan lima pilihan skala dengan format seperti berikut ini:

Tanggapan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Untuk mengetahui interval atau rentang skala untuk mengkategorikan rata-rata distribusi frekuensi adalah sebagai berikut:

Rata-rata	Kategori
$1,00 \leq - \leq 2,33$	Rendah/ tidak Baik
$2,33 \leq - \leq 3,67$	Sedang/ Cukup Baik
$3,67 < - \leq 5,00$	Tinggi/Baik

2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *Pearson Correlaction* dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah item. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Penghitungan validitas di bantu dengan menggunakan program SPSS versi 23. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil yang tercantum di bawah ini:

Variabel	No.item	rhitung	Rtabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1.1	0,854	0,312	Valid
	X1.1.2	0,810	0,312	Valid
	X1.2.1	0,612	0,312	Valid
	X1.2.2	0,885	0,312	Valid
	X1.3.1	0,638	0,312	Valid
	X1.3.2	0,825	0,312	Valid
	X1.4.1	0,852	0,312	Valid
	X1.4.2	0,793	0,312	Valid
	X1.5.1	0,777	0,312	Valid
	X1.5.2	0,822	0,312	Valid
	X1.6.1	0,738	0,312	Valid
	X1.6.2	0,781	0,312	Valid
Promosi (X2)	X2.1.1	0,784	0,312	Valid
	X2.1.2	0,837	0,312	Valid
	X2.2.1	0,779	0,312	Valid
	X2.2.2	0,835	0,312	Valid
	X2.3.1	0,906	0,312	Valid
	X2.3.2	0,810	0,312	Valid
	X2.4.1	0,786	0,312	Valid
	X2.4.2	0,802	0,312	Valid
Pelayanan (X3)	X3.1.1	0,780	0,312	Valid
	X3.1.2	0,786	0,312	Valid
	X3.2.1	0,578	0,312	Valid
	X3.2.2	0,502	0,312	Valid
	X3.3.1	0,714	0,312	Valid
	X3.3.2	0,706	0,312	Valid
	X3.4.1	0,723	0,312	Valid
	X3.4.2	0,700	0,312	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1.1	0,557	0,312	Valid
	Y1.1.2	0,718	0,312	Valid
	Y1.2.1	0,776	0,312	Valid
	Y1.2.2	0,691	0,312	Valid
	Y1.3.1	0,750	0,312	Valid
	Y1.3.2	0,691	0,312	Valid
	Y1.4.1	0,723	0,312	Valid
	Y1.4.2	0,792	0,312	Valid
	Y1.5.1	0,660	0,312	Valid
	Y1.5.2	0,709	0,312	Valid

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan tingkat validitas dari instrumen yang digunakan cukup bagus. Nilai r_{hitung} semua item

pernyataan di atas lebih dari r_{tabel} . Dengan demikian seluruh item pernyataan pada instrument penelitian dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas di uji dengan program SPSS. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$.

Penghitungan reabilitas di bantu dengan menggunakan program SPSS versi 23. Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil reabilitas instrumen penelitian dapat di lihat di bawah ini:

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas kritis	Keterangan
Harga (X1)	0,902	0,60	Reliabel
Promosi (X2)	0,903	0,60	Reliabel
Pelayanan (X3)	0,938	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,932	0,60	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada semua variabel $> 0,6$, sehingga semua variabel dapat dikatakan reliabel.

3. Sumber dan Langkah-langkah Pengumpulan Data

a. Sumber Data

1) Data Kuantitatif

a) Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumbernya. Penelitian ini mengambil data yang di peroleh langsung pada dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain dan dikumpulkan untuk satu maksud tertentu. Sumber data dalam penelitian ini adalah dokumentasi harga, promosi dan kualitas pelayanan pada dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek.

b. Langkah-langkah Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini langkah-langkah pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Daftar pernyataan yang disebarkan kepada konsumen dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Kuesioner yang digunakan adalah tipe pilihan, dimana responden diberikan alternatif jawaban untuk memilih satu dari empat jawaban.

2) Observasi

Observasi yaitu teknik pengambilan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung serta mencatat fenomena yang terjadi di lokasi penelitian. Dengan observasi, kegiatan obyek penelitian dapat secara langsung diamati.

F. Teknik Analisis Data

Berdasarkan teknik pengumpulan data diatas, maka teknik analisis datanya adalah:

1. Jenis Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

Data yang digunakan adalah data sekunder, maka untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang mendasari model regresi.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas ini dapat dilakukan melalui analisis grafik dan analisis statistik. Salah satu cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan yang mendekati normal, namun demikian dengan melihat histogram ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yaitu membandingkan distribusi kumulatif

dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah sebagai berikut:

- (1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- (2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* dasar acuannya dapat disimpulkan:

- a) Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- b) Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- 3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Untuk mendeteksi autokorelasi, dapat dilakukan uji statistik melalui uji *Durbin-Watson* (DW test). Hipotesis yang akan di uji untuk uji *Durbin-Watson* (DW test). Adalah sebagai berikut:

Ho : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

Ha : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat berikut ini:

Hipotesis 0	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negative	No decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

4) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian asumsi ketiga adalah heteroskedastisitas (*heteroscedasticity*). Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Dasar analisis uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hipotesis tentang kekuatan variabel penentu (*independent variable*) terhadap produktivitas kerja dalam penelitian ini

digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

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

Dimana:

Y : Keputusan Pembelian

α : bilangan konstanta

$\beta_1 - \beta_3$: koefisiensi regresi

X1 : Harga

X2 : Promosi

X3 : Pelayanan

e : Error

2. Pengujian Hipotesis

Model regresi yang akan digunakan untuk menganalisis data melalui pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas yaitu harga, promosi dan pelayanan secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

Berikut hipotesis dan analisis data penelitiannya:

- 1) Nilai signifikan $< 0,05$ artinya variabel independen atau bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Nilai signifikan $< 0,05$ artinya variabel independen atau bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Uji statistik F menunjukkan bahwa apakah semua variabel independen atau bebas yang digunakan dalam penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berikut hipotesis dan analisis data penelitiannya:

- 1) Bila nilai signifikan $<$ tingkat signifikan 0,05 berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, atau
- 2) Bila nilai signifikan $>$ tingkat signifikan 0,05 berarti variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, terbatas. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati 1 menandakan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan oleh variabel dependen. Anjuran penggunaan R^2 menyatakan bahwa kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel

dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 nilai *Adjusted* R^2 dapat naik dan turun apabila satu variabel ditambah kedalam model.

Berdasarkan kutipan di atas dapat diketahui bahwa penggunaan nilai *Adjusted* R^2 lebih baik dibandingkan penggunaa R^2 , dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Dapat diketahui bahwa penelitian ini menggunakan banyak variabel independen sehingga lebih baik jika menggunakan *Adjusted* R^2 agar hasil uji yang dilakukan tidak bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, sehingga hasilnya lebih