

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sujarweni (2015: 39) “Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi (pengukuran) lainnya. Pendekatan kuantitatif menitikberatkan pada gejala-gejala yang mempunyai ciri-ciri tertentu didalam kehidupan manusia yang disebutnya sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif”. Menurut Kasiram dalam Sujarweni (2015: 39) “Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan tentang apa yang kamu ketahui. Proses penelitian kuantitatif dimulai dari teori, hipotesis, desain penelitian, pemilihan subjek, pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penulisan kesimpulan. (Bryman dalam Sujarweni, 2015: 39)

3.2 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono dalam Sujarweni (2015: 75) “Adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Tabel 2
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Variabel Independen				
1.	Produk (X_1)	Menurut Assauri dalam Indrasari (2019: 27) “Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar yang dapat dimiliki dan digunakan atau dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen”.	Kinerja. Keistimewaan tambahan. Keandalan. Kesesuaian dengan spesifikasi. Daya tahan. Estetika.	Likert
2.	Harga (X_2)	Menurut Priansa (2017: 10) “Harga adalah jumlah nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat memiliki atau menggunakan suatu produk yang nilainya ditentukan oleh pembeli dan penjual melalui tawar – menawar atau ditetapkan oleh penjual dengan harga yang sama kepada pembeli. Penetapan harga dan persaingan harga dinilai sebagai masalah utama yang dihadapi perusahaan”.	Keterjangkauan harga. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Daya saing harga. Kesesuaian harga dengan manfaat. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.	Likert
3.	Promosi (X_3)	Menurut Priansa (2017: 12) “Promosi adalah elemen yang digunakan untuk menginformasikan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa baru pada perusahaan, hak dengan iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan maupun	Periklanan (<i>advertising</i>) Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>). Hubungan masyarakat (<i>public relations</i>). Penjualan perseorangan	Likert

		dengan publisitas”.	(<i>personal selling</i>).	
4.	Saluran Distribusi (X ₄)	Menurut Swasta dalam Barcelona dkk (2019: 36) “Distribusi adalah suatu struktur organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri dari agen, dealer, pedagang besar dan pengecer, melalui komoditi, produk atau jasa yang dipasarkan”.	Waktu penantian. Kemudahan menyebar. Variasi produk. Dukungan pelayanan.	Likert
Variabel Dependen				
1.	Keputusan pembelian (Y)	Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Indrasari (2019: 70) “Keputusan pembelian konsumen adalah pilihan dua alternatif atau lebih pilihan alternatif ini harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tidak memiliki alternatif untuk memilih dan benar – benar terpaksa melakukan pembelian dan tindakan tertentu, maka situasinya bukanlah keputusan”.	Pilihan produk. Pilihan merek. Pilihan saluran pembelian. Waktu pembelian. Jumlah pembelian.	Likert

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017: 80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya”. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh konsumen yang membeli produk sepeda motor Yamaha di PT. Roda Sakti Surya Megah (*Dealer* Surya Inti Putra Kota Probolinggo) pada bulan Maret sampai Mei tahun 2021 sebanyak 71 konsumen.

3.3.2 Sampel

Sujarweni (2015: 81) mengungkapkan bahwa “Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian”. Apabila jumlah populasi yang diambil oleh peneliti besar dan tidak mungkin peneliti tersebut untuk mengambil semuanya karena terbatasnya waktu, tenaga, dan dana, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif dan harus valid yaitu dapat mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probability sampling yaitu *sampling insidental*. Menurut Sugiyono (2017: 85) “Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sumber data”.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2017: 91) berpendapat bahwa jika penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel paling sedikit 10

kali jumlah variabel yang diteliti dan standar minimal dalam penentuan sampel adalah sebanyak 30 konsumen atau responden. Misalnya jumlah variabel penelitian ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$. Berdasarkan teori tersebut, maka dalam penelitian ini jumlah variabel yang digunakan adalah 5 karena variabel independen 4 + 1 variabel dependen, jadi jumlah sampel adalah $10 \times 5 = 50$ konsumen. Dikatakan sesuai atau cocok untuk digunakan sebagai sumber data dalam penentuan *sampling* adalah dilihat dari jumlah populasi sebanyak 71 konsumen kemudian peneliti menyebar sebanyak 71 kuesioner ke konsumen dan peneliti hanya mengambil 50 kuesioner atau responden yang digunakan dalam sumber data tersebut.

3.4 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017: 137) “Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan adalah kuesioner yang dijawab langsung oleh responden terkait judul penelitian.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017: 137) “Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”. Adapun sumber data sekunder

yang digunakan dalam penelitian ini berupa kajian-kajian teori yang didapat dari buku dan artikel yang berkaitan dengan judul penelitian.

Adapun data sekunder dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Sejarah singkat PT. Roda Sakti Surya Megah (*Dealer* Surya Inti Putra Kota Probolinggo).
- 2) Struktur Organisasi PT. Roda Sakti Surya Megah (*Dealer* Surya Inti Putra Kota Probolinggo).
- 3) Buku literatur yang mendukung dalam penelitian ini.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam hal ini metode yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini menggunakan berbagai cara yaitu :

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017: 142) berpendapat bahwa “Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”. Dalam penelitian ini penyebaran kuesioner menggunakan bentuk pernyataan tertutup yang diberikan kepada konsumen PT. Roda Sakti Surya Megah (*Dealer* Surya Inti Putra Kota Probolinggo). Menurut Sugiyono (2017:143) “Pertanyaan atau pernyataan tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang terkumpul”.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit. Teknik pengumpulan data ini didasarkan pada laporan pribadi atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi. (Sugiyono, 2017: 137). Dalam melakukan wawancara, penulis mendengarkan baik – baik dan mencatat apa yang dikemukakan oleh pihak berwenang di PT. Roda Sakti Surya Megah (*Dealer* Surya Inti Putra Kota Probolinggo) tentang Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2017: 240) “Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel atau dapat dipercaya jika didukung oleh riwayat pribadi kehidupan lampau”.

1.5 Skala Pengukuran

Menurut Sujarweni (2015: 102) “Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan seberapa panjang interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (angka

asli)". Skala pengukuran ini menggunakan pendekatan dengan skala *likert*. Menurut Sujarweni (2015: 104) "Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial". Peneliti menggunakan 5 (lima) pilihan jawaban beserta skor dari jawaban tersebut, antara lain :

- 1) Sangat setuju = skor 5
- 2) Setuju (S) = skor 4
- 3) Cukup Setuju (CS) = skor 3
- 4) Tidak Setuju (TS) = skor 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) = skor 1

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah seluruh data responden atau data lain terkumpul. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2017: 147) "Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi". Statistik deskriptif digunakan ketika peneliti ingin mendeskripsikan data sampel dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil. Namun, suatu penelitian tergantung pada masalahnya dan tempat dimana penelitian tersebut dilaksanakan. Adapun jenis penelitian yang digunakan sebagai berikut :

1.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Sunyoto (2016: 85) bahwa “Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu”. Dengan kriteria apabila r hitung $>$ r tabel maka butir atau pernyataan tersebut valid dan apabila r hitung $<$ r tabel maka butir atau pernyataan tersebut tidak valid. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (nilai *Corrected item-Total Correlation* pada output *Cronbach alpha*) dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ (n adalah jumlah sampel). Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 responden dengan nilai r tabel yaitu 0,284. (Sujarweni, 2015: 165)

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dalam Sujarweni (2015: 158) bahwa “Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”. Dengan kriteria dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60.

1.6.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Sunyoto (2016: 92) berpendapat “Uji normalitas akan menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi, dikatakan baik apabila mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau mendekati normal”. Untuk mengetahui normal atau tidaknya akan dianalisis dengan rumus *Kolmogorov-Smirnov*. Apabila diperoleh nilai probabilitas $> 0,05$ maka data berdistribusi normal dan sebaliknya apabila signifikan yang diperoleh $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. (Ghozali, 2018: 178)

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Sujarweni (2015: 158) bahwa “Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui apakah terdapat variabel bebas yang memiliki kemiripan antar variabel bebas dalam suatu model”. Jika nilai VIF diantara 1-10, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018: 137) “Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain”. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut

heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, sebagian besar data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini mengumpulkan data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar). Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residualnya lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (Priyatno, 2018: 136)

4. Uji Autokorelasi

Menurut Sujarweni (2015: 158) bahwa “Pengujian autokorelasi pada suatu model bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* sering terjadi. Tetapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu berbeda dengan yang lain”. Untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan kriteria nilai Durbin Watson jika :

1. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2. Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi.
3. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

3.6.3 Analisis Regresi Berganda

Menurut Sujarweni (2015: 227) “Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio secara linier, dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda yang diolah dengan perangkat lunak SPSS”.

Dengan rumus yaitu :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan pembelian

X₁ = Produk

X₂ = Harga

X₃ = Promosi

X₄ = Saluran distribusi

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel independen

e = Error

3.6.4 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas. Jika persentase perubahan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas semakin tinggi, maka R^2 lebih besar dan sebaliknya jika persentase perubahan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas semakin rendah, maka R^2 semakin kecil. (Sujarweni, 2015: 164)

3.6.5 Uji Hipotesis

1. Parsial (Uji t)

Menurut Sujarweni (2015: 161) “Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* atau variabel penjelas secara individual (parsial) dalam menerangkan variabel *dependent*. Apabila nilai probabilitas signifikannya lebih kecil dari 0,05 (5%), maka suatu variabel *independent* (X1, X2, X3, dan X4) berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (Y). Hipotesis diterima jika taraf signifikan (α) < 0,05 dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan (α) > 0,05.”

Kriteria :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau :

- 1) Jika $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $p > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Simultan (Uji F)

Menurut Sujarweni (2015: 162) signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi (sig) dimana jika nilai sig dibawah 0,05 maka variabel *independent* (X1, X2, X3, X4) berpengaruh terhadap variabel *dependent* (Y)”. Uji F statistik digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel

independent terhadap variabel *dependent* secara simultan (bersama – sama).

Kriteria :

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau :

- 1) Jika $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $p > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.