

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif kuantitatif, yaitu menjelaskan atau mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. (Sugiyono, 2017:292). Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu promosi (X_1) harga (X_2) dan kualitas produk (X_3) terhadap keputusan pembelian mobil Wuling (Y) yang merupakan variabel terikat. Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Unit analisis yang digunakan untuk masing-masing identifikasi masalah adalah analisis individu yaitu konsumen yang melakukan pembelian di *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon. Penelitian *cross-sectional* adalah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk dapat menjawab pertanyaan dari penelitian. (Sekaran, 2014:106)

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi penelitian

Menurut Sugiyono (2015:115) bahwa: “Populasi adalah sejumlah individu yang paling sedikit mempunyai sifat sama dan akan diselidiki”. Populasi dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu populasi *sampling* atau populasi penelitian dan populasi sasaran atau target populasi, dimana populasi sasaran mempunyai ukuran lebih besar daripada ukuran populasi *sampling*. Masih menurut Sugiyono (2015:116) memberikan pengertian populasi *sampling* adalah unit analisis yang memberikan keterangan atau data yang diperlukan oleh suatu studi atau penelitian. Sedangkan populasi sasaran adalah seluruh unit analisis yang berada dalam wilayah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon yang melakukan pembelian sebanyak 168 konsumen pada periode Nopember tahun 2019.

3.2.2. Sampel penelitian

Sugiyono (2013:116) memberikan pengertian sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Arikunto (2012:117), menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Tujuan sampling adalah untuk menghemat biaya, waktu, dan tenaga. Namun sampling harus dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat menggambarkan populasi yang sebenarnya. Teknik *non probability sampling* yang digunakan peneliti adalah teknik *purposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu konsumen yang sudah membeli minimal 2 kali. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pembeli *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon dengan kriteria sebagai berikut :

1. Usia lebih dari 20 tahun. Dengan usia yang sudah dewasa diharapkan responden sudah dapat membuat penilaian secara obyektif mengenai pernyataan dalam kuesioner yang berkaitan dengan variabel penelitian.
2. Responden yang dipilih pembeli yang sedang membeli produk/jasa di *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon, pembeli baru maupun pembeli tetap atau member karena penelitian ini juga berhubungan dengan keputusan pembelian.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga tingkat kewajaran terjadinya kesalahan dalam pengambilan sampel masih dapat ditolerir dalam penelitian ini. Rumus *Slovin* yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan (5%)

Adapun perhitungan sampel dengan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{168}{1 + 168 \cdot (0,05)^2} = 118,310 \approx 118$$

Jadi, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 118 responden.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer. Menurut Sugiyono (2015:187) data primer merupakan data yang dikumpulkan dan olah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu responden berkaitan dengan variabel penelitian.

Metoda pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan wawancara.

1. Kuesioner.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017: 142). Dalam penelitian ini pertanyaan dalam kuesioner disusun sesuai dengan urutan variabel yang sesuai dengan indikator, tujuannya agar pertanyaan dalam kuesioner tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Di penelitian ini peneliti menggunakan skala *likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan seseorang tentang fenomena sosial. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah disediakan jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

2. Wawancara.

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap nara sumber atau sumber data.

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini berasal dari kuesioner dengan pengukuran data ordinal. Pengukuran data ordinal (*ordinal scale*) akan menunjukkan data sesuai dengan sebuah orde atau urutan tertentu (Ferdinand,

2015:261). Sedangkan tipe skala ordinal yang digunakan yaitu *semantic scale* yaitu respons terhadap sebuah stimuli yang disajikan dalam bentuk kategori sematik, yang menyatakan sebuah tingkatan sifat atau keterangan tertentu.

Untuk mengetahui serta menilai sikap dan responden tentang promosi, harga, kualitas produk serta keputusan pembelian mobil Wuling. Dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Setuju (S)	3
4	Sangat Setuju (SS)	4

Sumber: Sugiyono (2017)

3.4. Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini telah ditentukan dua variabel, yaitu variabel bebas (independent variable) dan variabel terikat (dependent variable).

1. Variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah promosi (X_1) dan harga (X_2) dan kualitas produk (X_3). Dengan penjelasan sebagai berikut :
 - a. Promosi merupakan proses menyampaikan informasi mengenai manfaat produk, mempengaruhi opini pembeli, hingga membujuk pelanggan untuk membeli produk.
 - b. harga merupakan unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan income bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen.

- c. Kualitas produk merupakan upaya suatu produk dalam memperagakan fungsi-fungsinya dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.
2. Variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Keputusan pembelian adalah keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Konsumen akan memutuskan membeli atau tidaknya suatu barang dengan memperhatikan faktor-faktor yang dianggapnya penting.

Instrumen penelitian ini diukur dengan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Variabel yang diukur, dijabarkan ke dalam beberapa indikator, dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner.

Indikator dan variabel yang digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.3. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item	
Promosi (X ₁)	1. Aktivitas pemberian hadiah	1) Bonus	1	
		2) Tayangan iklan	2	
Kotler dan Armstrong (2012)	2. Aktivitas kontak langsung	3) Jingle	3	
		4) Interaktif	4	
		5) Frekuensi iklan	5	
Harga (X ₃) Fure (2013)	3. Kualitas dan kuantitas media promosi	6) Media iklan	6	
		1. Kesesuaian harga dengan manfaat	1) Kesesuaian manfaat produk	1
			2) Harga merek	2
		3. Keterjangkauan harga	3) Terjangkau konsumen	3
		6. Daya saing harga	4) Harga sesuai pasar	4
5. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	5) Kualitas produk	5		

Tabel 3.3. Variabel dan Indikator Penelitian (lanjutan)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kualitas produk (X ₂) Tjiptono (2013)	1. Gaya (<i>Style</i>)	1) Penampilan menarik	1
		2) Untuk semua kalangan	2
	2. Tampilan (<i>feature</i>)	3) Kesesuaian iklan	3
		4) Aturan otomotif	4
	3. Kesesuaian Kualitas (<i>Conformance Quality</i>)	5) Aman	5
6) Nyaman		6	
4. Ketahanan (<i>durability</i>)	7) Jaminan	7	
	8) Unik	8	
5. Keandalan (<i>reliability</i>)	9) Menarik	9	
	10) Reputasi yang kuat	10	
Keputusan pembelian (Y) Kotler dan Keller (2016)	1. Pilihan produk	1) Kualitas Wuling	1
	2. Pilihan merek	2) Reputasi merek	2
	3. Pilihan penyalur	3) Penyalur Wuling	3
	4. Waktu pembelian.	4) Waktu beli	4
	5. Jumlah pembelian	5) Keragaman Wuling	5

3.5. Metoda Analisis Data

Langkah-langkah yang digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.5.1. Metoda pengolahan data

Data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS. Software SPSS digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat selain itu Software SPSS sudah umum digunakan dalam penelitian statistik. Dimana dilakukan editing dan coding. *Editing* adalah tahapan pertama dalam pengolahan data yang diperoleh peneliti dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden serta ketidakpastian jawaban responden. *Coding* adalah memberikan atau tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat memudahkan peneliti mengenai tabulasi.

3.5.2. Metoda penyajian data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis. Dimana dilakukan tabulasi. Tabulasi adalah perhitungan data yang telah dikumpulkan dalam masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah dimengerti. Data yang diperoleh, setelah diolah dan disortir akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

3.5.3. Analisis statistik data

Untuk membahas hasil penelitian, penulis menggunakan data berpasangan berdasarkan data yang diperoleh. Oleh karena terdapat lebih dari satu variabel independen, yaitu tiga buah variabel independen, dan satu buah variabel dependen, maka metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis (parsial dan berganda) sebagai berikut :

3.5.3.1. Uji Instrumen

Suatu kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *validity* (tingkat kesahihan) dan *reability* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

1. Uji validitas

Uji Validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total adalah jumlah dari semua skor pernyataan. Data yang telah diperoleh

ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan metode *Construct Validity* dengan menggunakan metode korelasi sederhana. Apabila hasilnya sebesar 0.3 atau lebih, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n \sum X Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan:

- r_{XY} = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari
- n = Banyaknya responden yang dicari (sampel)
- X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
- Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Kemudian hasil dari r_{xy} dibandingkan dengan nilai kritis *product moment* (r_{kritis}) dalam penelitian ini 0,30. Apabila hasil yang diperoleh $r_{xy} > r_{kritis}$, maka instrumen tersebut valid. Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner sering menggunakan bantuan *software Microsoft Office Excel* dan *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*.

2. Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau *handal* jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah *reliable* akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program computer SPSS. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan *handal (reliable)* apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (Priyatno, 2014:26).

$$\text{Koefisien Alpha Cronbach: } \alpha_{it} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right) \dots\dots\dots(3.3)$$

Keterangan :

k = jumlah butir kuisisioner
 α_{it} = koefisien keterandalan butir kuisisioner
 $\sum S_i^2$ = jumlah variansi skor butir yang valid
 S_t^2 = variansi total skor butir

Untuk mencari besarnya variansi butir kuisisioner dan variansi total skor butir di gunakan rumus sebagai berikut :

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2}{n} - \left(\frac{\sum X_i}{n} \right)^2 \dots\dots\dots(3.4)$$

Keterangan :

$\sum X_i$ = jumlah skor setiap butir
 $\sum X_i^2$ = jumlah kuadrat skor setiap butir

Menurut Sekaran (2013), dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

Jika koefisien *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha acceptable (construct reliable)*.

Jika *Cronbach's Alpha* $< 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha poor acceptable (construct unreliable)*.

3.5.3.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2 (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0-1). Jika nilai R^2 mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variabel variabel independen terhadap variabel dependen. sebaliknya, jika R^2 mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel independen menerangkan variabel dependen. (Priyatno, 2012:125) Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel

independent terhadap variabel dependent dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

1. Koefisien determinasi parsial

- a. Kontribusi pengaruh promosi (X_1) terhadap keputusan pembelian mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon (Y)

$$KDP_1 = (r_{Y1.23})^2 \times 100\%$$

- b. Kontribusi pengaruh harga (X_2) terhadap keputusan pembelian mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon (Y)

$$KDP_2 = (r_{Y2.13})^2 \times 100\%$$

- c. Kontribusi pengaruh kualitas produk (X_3) terhadap keputusan pembelian mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon (Y)

$$KDP_3 = (r_{Y3.12})^2 \times 100\%$$

2. Koefisien determinasi simultan

Kontribusi pengaruh promosi, harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon

$$Adjusted R^2 = (r_{Y123})^2 \times 100\%$$

3.5.3.3. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dan berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Pengujian hipotesis parsial

- a. Pengaruh X_1 terhadap Y

Ho : $\beta_{y1.23} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon).

Ha : $\beta_{y1.23} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon).

b. Pengaruh X_2 terhadap Y

Ho : $\beta_{y2.13} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon).

Ha : $\beta_{y2.13} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon).

c. Pengaruh X_3 terhadap Y

Ho : $\beta_{y3.12} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon).

Ha : $\beta_{y3.12} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon).

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *P-value* dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$)

Ho ditolak, Ha diterima jika *P-value* $< 0,05$ dan

Ho diterima, Ha ditolak jika *P-value* $\geq 0,05$

2. Pengujian hipotesis simultan (Pengaruh X_1X_2 dan X_3 terhadap Y)

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara berganda.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

Ho : $\beta_{y123} = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon).

Ha : $\beta_{y123} \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh signifikan promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Wuling pada *Dealer* Wuling Bekasi Summarecon).

Adapun untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara berganda (bersama-sama), digunakan nilai *Significance F* dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$).

Ho ditolak, Ha diterima jika *Significance F* $< 0,05$ dan

Ho diterima, Ha ditolak jika *Significance F* $\geq 0,05$