

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan adalah strategi asosiatif. Sugiyono (2013:125) mengatakan asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel. Strategi ini dimaksudkan agar dapat memberikan penjelasan mengenai pengaruh negara asal, layanan purna jual, harga, dan kualitas produk yang merupakan variabel bebas terhadap keputusan pembelian mobil Wuling yang merupakan variabel terikat.

Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda survei, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Sugiyono (2013:113) mengatakan bahwa metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen). Penggunaan metode survey akan memudahkan peneliti untuk memperoleh data untuk diolah dengan tujuan memecahkan masalah yang menjadi tujuan akhir suatu penelitian. Adapun langkah-langkah yang bisa dilakukan dalam pelaksanaan survei menurut Singarimbun (2015:12-13) adalah :

- 1) Merumuskan masalah penelitian dan menentukan tujuan survei;
- 2) Menentukan konsep dan hipotesa serta menggali kepustakaan;
- 3) pengambilan sampel;
- 4) Pembuatan kuesioner;
- 5) Pekerjaan lapangan;
- 6) Pengolahan data;
- 7) Analisa dan pelaporan.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi penelitian

Menurut Umar (2014:137), populasi adalah kumpulan elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Penjelasan lebih lanjut mengenai populasi

oleh Uma Sekaran dan Bougie (2013:89) bahwa populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau berbagai hal yang menarik untuk diteliti oleh peneliti. Dari kedua pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa populasi adalah obyek maupun subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah-masalah penelitian.

Populasi menurut Sugiyono (2013:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli mobil Wuling di Wuling Arista Kalimalang selama bulan Januari sampai dengan Desember 2019 yaitu sebanyak 300 pembeli.

3.2.2. *Sampling* dan sampel penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2013:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili).

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 Arista Kalimalang 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 Arista Kalimalang, 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 :

$$n = \frac{300}{1 + 300 \cdot (0,05)^2} = \frac{300}{1,75} = 171,429 \approx 172$$

Jadi, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 172 responden.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2013:187) 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. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013: 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.

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 negara asal, layanan purna jual, 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 Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2013)

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) (Sugiyono, 2013:152). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah negara asal (X_1) dan layanan purna jual (X_2), harga (X_3) dan kualitas produk (X_4). Dengan penjelasan sebagai berikut :

- a. Negara asal atau *country of origin* merupakan asosiasi dan kepercayaan mental seseorang akan suatu produk yang dipicu oleh negara asal produk.
 - b. Layanan purna jual merupakan pelayanan yang disediakan produsen sebagai jaminan maupun ikatan antara produsen dan konsumen pasca pembelian produk oleh pelanggan. Pelayanan purna jual merupakan pelayanan yang diberikan pasca pembelian suatu produk.
 - c. Harga merupakan nilai atas suatu produk atau jasa yang harus dibayarkan pelanggan atas pembelian atau penggunaannya, dan merupakan unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan bagi perusahaan.
 - d. 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 (Sugiyono, 2013:153). 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.

Variabel dan indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	No. Item
Negara asal (X ₁) (Listiana, 2013)	<i>a. Country Benefit</i>	1,2
	<i>b. People Affect</i>	3,4
	<i>c. Desired Interaction</i>	5,6
Layanan purna jual (X ₂) Kotler (2014)	a. Garansi	1,2
	b. Suku Cadang	3,4
	c. Pemeliharaan dan Perbaikan	5,6
	d. Penanganan keluhan	7,8
Harga (X ₃) Kotler dan Armstrong (2012)	a. Harga terjangkau (kewajaran harga)	1,2
	b. Harga berdaya saing	3,4
	c. Kesesuaian pengorbanan	5,6
Kualitas produk (X ₄) Tjiptono (2014)	a. Gaya (<i>Style</i>)	1
	b. Tampilan (<i>feature</i>)	2
	c. Kesesuaian Kualitas (<i>Conformance Quality</i>)	3
	d. Ketahanan (<i>durability</i>)	4
	e. Keandalan (<i>reliability</i>)	5
Keputusan pembelian (Y) Kotler dan Keller (2016)	a. Pemilihan produk	1
	b. Pilihan brand (merek)	2
	c. Pemilihan penyalur	3
	d. Jumlah pembelian	4
	e. Metode pembayaran	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 Versi 24.00. Software SPSS digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat. 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.

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 digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, (Ghozali, 2011:88). Dasar pengambilan keputusan valid atau tidaknya pernyataan dinyatakan oleh Sugiyono (2013:126) : Jika $r_{hitung} \geq 0,30$ (r_{kritis}) maka item pernyataan tersebut valid.

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

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

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n = Banyaknya responden (sampel)

X = Skor yang diperoleh subyek dari setiap item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

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 kuisioner 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, 2014:125) Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel independent terhadap variabel dependent dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

1. Kontribusi pengaruh negara asal terhadap keputusan pembelian

$$R^2_1 = (r_{Y1.234})^2 \cdot 100\%$$

2. Kontribusi pengaruh layanan purna jual terhadap keputusan pembelian

$$R^2_2 = (r_{Y2.341})^2 \cdot 100\%$$

3. Kontribusi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

$$R^2_3 = (r_{Y3.412})^2 \cdot 100\%$$

4. Kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

$$R^2_4 = (r_{Y4.123})^2 \cdot 100\%$$

5. Kontribusi pengaruh negara asal, layanan purna jual, harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian

$$R^2_5 = (r_{Y1234})^2 \cdot 100\%$$

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. Pengaruh X_1 terhadap Y

$H_0 : \beta_{y1.234} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan negara asal terhadap keputusan pembelian mobil Wuling).

$H_a : \beta_{y1.234} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan negara asal terhadap keputusan pembelian mobil Wuling).

2. Pengaruh X_2 terhadap Y

$H_0 : \beta_{y2.341} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian mobil Wuling).

$H_a : \beta_{y2.341} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian mobil Wuling).

3. Pengaruh X_3 terhadap Y

$H_0 : \beta_{y3.412} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian mobil Wuling).

$H_a : \beta_{y3.412} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian mobil Wuling).

4. Pengaruh X_4 terhadap Y

$H_0 : \beta_{y4.123} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Wuling).

$H_a : \beta_{y4.123} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Wuling).

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

H_0 ditolak, H_a diterima jika *P-value* $< 0,05$ dan

H_0 diterima, H_a ditolak jika *P-value* $\geq 0,05$

atau

H_0 ditolak, H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan

H_0 diterima, H_a ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

5. 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:

$H_0 : \beta_{y1234} = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan negara asal, layanan purna jual, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Wuling).

$H_a : \beta_{y1234} \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh signifikan negara asal, layanan purna jual, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Wuling).

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

H_0 ditolak, H_a diterima jika *Significance F* $< 0,05$ dan

H_0 diterima, H_a ditolak jika *Significance F* $\geq 0,05$

atau

H_0 ditolak, H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan

H_0 diterima, H_a ditolak jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$