

BAB III METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian *asosiatif* yaitu penelitian yang berusaha mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. (Sugiyono, 2017:37) menyatakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini strategi penelitian *asosiatif* digunakan untuk mengetahui variabel X (variabel bebas) yang terdiri dari (X₁) Kualitas Produk, (X₂) Persepsi Harga, dan (X₃) Promosi dengan variabel Y (variabel terikat), yaitu (Y) Keputusan Pembelian.

Strategi penelitian ini menggunakan metode penelitian survey sebagai bagian dari penelitian eksplansi dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian survey dengan pengamatan langsung dan menyebarkan kuesioner yang dilakukan untuk pengambilan data dari sampel, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative serta pengaruh antar variabel penelitian.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2018:130). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek itu.

1. Populasi Umum dalam penelitian adalah seluruh pembeli Toyota Kijang Innova di PT. Auto 2000 pada tahun 2020 .

2. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli Toyota Kijang Innova Type G di PT. Auto 2000 di Jakarta Selatan sejak bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2020 yang berjumlah 121 orang.

Tabel 3.1. *Report* Pembelian Mobil Kijang Innova Type G

Report Pembelian Mobil Kijang Innova type G					
Bulan	<i>Pembelian</i>	Bulan	<i>Pembelian</i>	Bulan	<i>Pembelian</i>
Januari 2020	23	Mei 2020	0	September 2020	9
Februari 2020	10	Juni 2020	16	Oktober 2020	37
Maret 2020	8	Juli 2020	6	November 2020	5
April 2020	0	Agustus 2020	5	Desember 2020	2
TOTAL	121				

(sumber : Dealer PT. Auto 2000 di Jakarta Selatan)

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2018:137). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan tipe *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini responden yang dibutuhkan harus memiliki kriteria yang diinginkan yaitu pelanggan yang sudah menggunakan mobil Toyota Kijang Innova Type G di PT Auto 2000 di Jakarta Selatan sejak bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2020.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N}$$

$$1 + N (e)$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = *Margin of Error*, atau tingkat kesalahan maksimum adalah 5%

$$n = \frac{121}{1 + 121 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{121}{1,2325}$$

n = 92,8982 dibulatkan menjadi 93.

Dengan populasi yang berjumlah 121 pengguna mobil Kijang Innova Type G di Jakarta Selatan di PT. Auto 2000 Jakarta Selatan. Maka dapat diperoleh sampel dengan perhitungan menggunakan rumus Slovin. Demikian berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 93 responden.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah metoda survey, yaitu teknik pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung berupa opini atau pendapat dari konsumen yang menggunakan mobil Kijang Innova Type G dengan menjawab semua pertanyaan yang ada pada kuesioner dan data sekunder pada penelitian ini. (Sugiyono, 2018:213)

a. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data (Sugiyono, 2018:219). Data primer sangat dibutuhkan dalam

penelitian ini dengan bertujuan untuk mengetahui pendapat responden mengenai pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi dalam mengambil keputusan pembelian mobil Toyota Kijang Innova Type G. Dalam penelitian ini data didapatkan secara langsung dengan memberikan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono 2018:219). Pada penelitian ini data sekunder diperoleh melalui berbagai sumber yaitu buku, jurnal, hasil riset sebelumnya serta sumber informasi lainnya yang berkaitan dengan tema penelitian.

3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti membutuhkan data dan informasi, baik dari dealer mobil Toyota Kijang Innova Type G di Jakarta Selatan, konsumen yang membeli mobil Kijang Innova Type G di dealer Jakarta Selatan. Data yang dikumpulkan lalu disusun dan dianalisis untuk mendapatkan gambaran yang jelas. Metoda pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan sebagai berikut :

1. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penolahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungan dengan masalah yang dipecahkan (Nazir, 2019:93). Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data sekunder yang akan digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan melalui sumber buku-buku, literatur, jurnal, internet dan sumber-sumber lainnya yang relevan.

2. Kuesioner

Dalam penelitian ini kuesioner menjadi metode pengumpulan data yang akan diberikan kepada responden untuk mengetahui pendapat dari responden terhadap pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan

pembelian Mobil Toyota Kijang innova Type G. kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018:225).

3. Wawancara

Meminta Informasi dari sales bertujuan untuk mengetahui latar belakang mobil Toyota Kijang Innova Type G di Jakarta Selatan agar peneliti bisa mengetahui dan memahami lebih dalam tentang mobil Toyota Kijang Innova Type G di Jakarta Selatan akan dijadikan sebagai objek penelitian.

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Variabel yang diukur diuraikan menjadi indikator variabel. Jawaban dari setiap item instrument skala likert memiliki bobot nilai skor yang berbeda-beda. Dalam skala likert nilai skor tertinggi diberikan untuk alternatif jawaban yang sangat diharapkan peneliti sesuai dengan tujuan penelitian, dan nilai skor terendah diberikan pada alternatif jawaban yang sangat tidak diharapkan (Silaen, 2018:125).

Tabel 3.2. Bobot Pengukuran Skala Likert

No.	Pernyataan	Kode	Bobot Nilai
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Ragu-Ragu	RR	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2017:93)

Variabel yang diukur, dijabarkan ke dalam beberapa indikator. Indikator dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan dalam sebuah kuesioner. Indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.3. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Butir
Kualitas produk (Kotler dan Keller, 2016:164)	<i>Perfomance (Kinerja)</i>	1
	<i>Features</i> (fitur tambahan)	2
	<i>Reliability</i> (reabilitas)	3
	<i>Confermance to Specification</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)	4
	<i>Durability</i> (daya tahan)	5
	<i>Servicebility</i> (kecepatan, kompetensi)	6
	<i>Esthetics</i> (estetika)	7
	<i>Perceived Quality</i> (kualitas yang dipersepsikan)	8
Persepsi Harga (Kotler dan Amstrong, 2016:324)	Keterjangkauan harga	9
	Kesesuaian harga dengan kualitas	10
	Daya saing harga	11
	Kesesuaian harga dengan manfaat	12
Promosi (Kotler dan Amstrong, 2016:47)	<i>Adversiting</i> (iklan)	13
	<i>Sales promotion</i> (promosi penjualan)	14
	<i>Events and experiences</i> (acara dan pengalaman)	15
	<i>Direct marketing and database</i> (pemasaran langsung)	16
	<i>Online and social media marketing</i> (pemasaran online dan media sosial)	17
	<i>Mobile marketing</i> (pemasaran mobile)	18
	<i>Personal selling</i> (penjualan personal)	19
Keputusan pembelian (Kotler dan Amstrong, 2016:177)	Pilihan merek	21
	Pilihan penyalur	22
	Waktu pembelian	23
	Metode pembayaran	24

3.4. Operasionalisasi Variabel

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

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas merupakan yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), Persepsi Harga (X2), Promosi (X3) , dengan penjelasan sebagai berikut :

- a. Kualitas produk adalah persepsi konsumen terkait kualitas produk mobil Toyota Kijang Innova Type G.
- b. Persepsi harga adalah harga mobil Toyota Kijang Innova Type G yang ditawarkan kepada konsumen.
- c. Promosi adalah strategi perusahaan untuk memperkenalkan dan menginformasikan produk mobil Toyota Kijang Innova Type G kepada konsumen.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Keputusan pembelian merupakan proses keputusan pembelian merupakan proses konsumen mencari informasi tentang barang yang ingin dibeli lalu mempertimbangkan untuk melakukan keputusan pembelian.

Variabel-variabel yang dijelaskan akan diukur dengan menggunakan indikator yang menjadi landasan dalam menyusun kuesioner.

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Metoda Pengolahan Data

Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program For Social Sciences*) versi 26.0.hal ini dimaksudkan untuk mempermudah dalam mendapatkan hasil perhitungan yang tepat serta akurat dan cepat.

3.5.2. Metoda Penyajian Data

Penyajian data yang telah diperoleh dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel untuk lebih sistematis dalam memahami dan menganalisis data yang disajikan. Dimana dilakukan tabulasi. Tabulasi adalah perhitungan data yang telah dikumpulkan dalam masing-masing kategori lalu tersusun dalam tabel yang mudah dipahami. Data yang diperoleh setelah diolah akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian.

3.5.3 Analisis Statistik Data

Dalam penelitian digunakan analisis statistik deskriptif yang bertujuan agar dapat mendeskripsikan dan menggambarkan variabel-variabel yang digunakan oleh peneliti. Analisis 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 (Sugiyono, 2018:232). Maka metode analisis digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis (parsial dan berganda).

3.5.3.1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Supardi (2017) menyatakan koefisien determinasi adalah tingkat variabel X terhadap variabel Y yang dinyatakan dalam persentase (%). Persentase diperoleh dengan terlebih dahulu mengkuadratkan koefisien korelasi dikalikan 100%. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel dependen.

3.5.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.4.1. Uji validitas

Menurut Sugiyono (2017:125), validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Validnya suatu instrumen kuesioner berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya dapat menjadi tolak ukur variabel yang ada didalam suatu penelitian, jika instrumen kuesioner tersebut tidak valid berarti instrumen tersebut bisa dikatakan tidak dapat digunakan dalam mengukur suatu variabel yang ada didalam suatu penelitian. Dalam melakukan uji validitas dilakukan pengujian dengan cara mengkorelasikan antara skor totalnya. Alat ukur yang digunakan adalah kuesioner dengan responden sebanyak 93 responden yang membeli mobil Toyota Kijang Innova Type G di Jakarta Selatan. Data yang sudah diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan menggunakan metode pengujian validitas konstruk (*Construct Validity*) menggunakan metode korelasi sederhana (r_{hitung}). Jika hasil yang didapatkan besarnya 0,30 (r_{kritis}) ke atas atau lebih maka, faktor tersebut dapat dikatakan *construct* yang kuat dan instrument tersebut memiliki validitas konstruk yang baik.

3.5.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono,2017:130). Uji reliabilitas untuk memastikan apakah hasil jawaban kuesioner dari responden yang dilakukan penelitian dapat dipercaya dan konsisten. Jika dari jawabam responden terhadap pertanyaan stabil dan konsisten dari waktu ke waktu maka kuesioner dapat dikatakan reliabel. Pengujian reliabilitas instrument dapat dilakukan dengan tekni belah dua (*Split Half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown (Sugiyono,2018:212). Suatu instrument dinyatakan reliabel bila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Pengujian reliabilitas instrument dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26.0.

- a. Jika nilai *cronbach's alpha* $\alpha > 0,60$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.
- b. Jika nilai *cronbach's alpha* $< 0,60$ maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliable.

3.5.5 Pengujian hipotesis secara parsial

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial dan simultan.

Dalam penelitian ini pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian dilihat dari koefisien determinan (KD). Oleh karna itu, dalam pengujian hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap koefisien korelasi populasi (ρ).

1. Pengujian hipotesis secara parsial

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial, sebagai berikut :

a. Merumuskan hipotesis

Pengaruh X_1 (Kualitas produk) pada Y (Keputusan Pembelian).

$H_0: \rho_{1.23} = 0$ koefisien korelasi kualitas produk pada keputusan pembelian tidak signifikan.

$H_a : \rho_{1.23} \neq 0$ koefisien korelasi kualitas produk pada keputusan pembelian signifikan.

Pengaruh X_2 (Persepsi Harga) pada Y (Keputusan Pembelian).

$H_0: \rho_{2.13} = 0$ koefisien korelasi persepsi harga pada keputusan pembelian tidak signifikan.

$H_0 : \rho_{2.13} \neq 0$ koefisien korelasi persepsi harga pada keputusan pembelian signifikan.

Pengaruh X_3 (Promosi) terhadap Y (Keputusan Pembelian).

$H_0: \rho_{3.12} = 0$ koefisien korelasi promosi pada keputusan pembelian tidak signifikan.

$H_0: \rho_{3.12} \neq 0$ koefisien korelasi promosi pada keputusan pembelian signifikan.

- b. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)
- c. Kriteria pengujian
 - H_0 ditolak H_a diterima jika nilai signifikan $t < 0,05$
 - H_0 diterima H_a ditolak jika nilai signifikan $t \geq 0,05$
- d. Menghitung nilai signifikan t diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS versi 26.0

1) Pengujian hipotesis secara simultan

Berikut langkah – langkah pengujian hipotesis secara ilmiah :

- a. Merumuskan hipotesis

Pengaruh X_1 (Kualitas Produk), X_2 (Persepsi Harga), dan X_3 (Promosi) terhadap Y (Keputusan Pembelian).

$H_0: \rho_{123} = 0$ koefisien korelasi kualitas produk, persepsi harga, dan promosi pada keputusan pembelian tidak signifikan.

$H_0: \rho_{123} \neq 0$ koefisien korelasi kualitas produk, persepsi harga, dan promosi pada keputusan pembelian signifikan.
- b. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)
- c. Kriteria pengujian
 - H_0 ditolak H_a diterima jika nilai signifikan $F < 0,05$
 - H_0 diterima H_a ditolak jika nilai signifikan $F \geq 0,05$

d. Menghitung nilai *Signifinace* F diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 26.0

e. Kesimpulan

Jika hasil pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan mendapatkan hasil H_a diterima H_o ditolak, berarti nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan adanya pengaruh perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat.