

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 penjualan dan penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian yang merupakan variabel terikat. Metoda penelitian yang digunakan adalah survei. Unit analisis yang digunakan untuk masing-masing identifikasi masalah adalah analisis individu yaitu konsumen PT. Armada Auto Tara cabang Kalimantan yang mengadakan pameran di BLU Plaza Bekasi. Penelitian *cross-sectional* adalah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk dapat menjawab pertanyaan dari penelitian. (Uma Sekaran, 2014:106)

3.2. Populasi dan Sampel

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 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.

Menurut penelitian populasi yang dilakukan oleh Sugiyono (2017: 115), populasi adalah suatu bidang objek yang tergeneralisasi dengan kualitas dan ciri umum. Peneliti menentukan ciri dan ciri tersebut untuk dipelajari dan diambil

kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Populasi umum dalam penelitian ini adalah pembeli mobil di PT. Armada Auto Tara cabang Kalimantan, sedangkan populasi sasaran adalah pembeli mobil Daihatsu Xenia di PT. Armada Auto Tara cabang Kalimantan selama mengadakan pameran di BLU Plaza Bekasi selama periode Januari-Desember 2020.

3.2.2. Sampel penelitian

Menurut Sugiyono (2017: 116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Pengambilan sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan waktu, tenaga, dana, dan populasi yang besar. Kemudian peneliti harus menarik sampel yang benar-benar representatif (*representable*). Sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian (Suharyadi dan Purwanto, 2014:323). Sampel dalam penelitian adalah pembeli produk mobil Daihatsu Xenia PT. Armada Auto Tara cabang Kalimantan yang mengadakan pameran di BLU Plaza Bekasi selama bulan Januari-Desember 2020 yang mempunyai karakteristik yang sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian dan dapat di jadikan responden. Penentuan jumlah sampel yang *representative* menurut Hair *et al.* dalam Ghozali (2014) adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 5 \\ &= 14 \times 5 \\ &= 70 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas di dapat untuk sampel minimum menggunakan 70 sampel responden.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer. Menurut Sugiyono (2017:187) 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 persepsi 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, 2017: 142). Dalam penelitian ini pertanyaan dalam kuesioner disusun sesuai dengan urutan variabel yang sesuai dengan dimensi, tujuannya agar pertanyaan dalam kuesioner tidak menyimpang dari tujuan penelitian.

Untuk mengetahui serta menilai sikap dan persepsi responden tentang promosi penjualan dan penjualan pribadi serta keputusan pembelian. 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)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017)

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini bersumber dari kuesioner dengan pengukuran data ordinal. Pengukuran data ordinal (skala ordinal) akan menampilkan data dalam urutan atau urutan tertentu (Ferdinand, 2015: 261). Meskipun jenis skala ordinal yang digunakan adalah skala semantik, namun merupakan respon terhadap rangsangan yang diekspresikan dalam bentuk kategori semantik yang menunjukkan tingkat karakteristik atau informasi tertentu.

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 yaitu :
 - a. Promosi penjualan (X_1) adalah insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian dan penjualan sebuah produk atau jasa.
 - b. Penjualan pribadi (X_1) adalah presentasi pribadi oleh wiraniaga (tenaga penjual) perusahaan dalam rangka mensukseskan penjualan dan membangun hubungan dengan 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 pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah yang dikumpulkan oleh seorang konsumen dan mewujudkan dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah proses tersebut, barulah konsumen itu dapat mengevaluasi pilihannya dan menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

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
Promosi penjualan (X_1)	1. Sampel brosur	1,2
	2. Diskon	3,4
	3. Pemberian hadiah	5,6
	4. Demo (<i>tes drive</i>)	7,8
	5. Pemajangan (<i>display</i>)	9,10
Penjualan pribadi (X_2)	6. Penampilan	1,2
	7. Informatif	3,4
	8. Mampu menjelaskan (pengetahuan)	5,6
	9. Mengidentifikasi konsumen	7,8
Keputusan pembelian (Y)	10. Pengenalan masalah	1,2
	11. Pencarian informasi	3,4
	12. Evaluasi alternatif	5,6
	13. Keputusan membeli	7,8
	14. Perilaku pasca pembelian	9,10

Sumber : Kotler dan Armstrong (2013), Kotler (2014) dan Kotler dan Keller (2016)

3.5. Metoda Analisis Data

Data yang terkumpul dari kuisisioner, selanjutnya diolah. Untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, peneliti menggunakan software *SPSS Versi 25*, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat. Data disajikan dalam bentuk table dengan tujuan agar data mudah dibaca dan dimengerti.

Metoda riset yang akan dipakai adalah metoda deskriptif dengan menggunakan analisis regresi, yaitu untuk mengetahui seberapa besar kontribusi/pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti dengan menggunakan kuisisioner yang merupakan pengumpulan data berupa opini dari subyek yang diteliti. Kuisisioner sebagai instrumen penelitian merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk kemudian dijawab responden.

3.5.1. Metoda Pengolahan Data

Dalam menentukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca, dipahami dan diinterpretasikan. Analisis data yang dilakukan dengan bantuan dari program SPSS sebagai alat untuk meregresikan model yang telah dirumuskan. Dalam penelitian ini pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*) ver. 25. Hal ini dilakukan agar mempermudah dalam mengelola data statistik dapat lebih cepat dan tepat

3.5.2. Penyajian Data

Setelah data diolah, kemudian diperoleh hasil atau *output* dari operasi perkalian, penjumlahan, pembagian, pengakaran, pemangkatan, serta pengurangan. Hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel, agar dapat dibaca dengan mudah dan dapat cepat dipahami.

3.5.3. Metoda statistik data

Metoda statistik data yang digunakan terdiri dari :

1. Uji Instrumen

Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner kemudian diuji dengan uji validitas dan reliabilitas, dengan instrumen penelitian sebagai berikut :

a. 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). Dasar pengambilan keputusan valid atau tidaknya pernyataan dinyatakan sebagai: Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item pernyataan tersebut valid (Sugiyono, 2011).

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

$$r_{hitung} = \frac{n \sum X Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots \dots \dots (3. 1)$$

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

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan salah satu alat ukur kuesioner yang merupakan indikator variabel atau struktur. Jika jawaban seseorang atas pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, kuesioner tersebut dianggap dapat diandalkan atau dapat diandalkan. Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji statistik Alpha Cronbach untuk mengukur reliabilitas. Untuk mengetahui bahwa kuisisioner tersebut reliabel maka

reliabilitas kuisioner akan diuji dengan bantuan program komputer SPSS. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan handal (reliable) apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (Priyatno, 2012).

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

Keterangan :

k = jumlah butir kuisioner

α_{it} = koefisien keterandalan butir kuisioner

$\sum S_i^2$ = 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 :

$$S^2 = \frac{\sum X_i^2}{n} - \frac{(\sum X)^2}{n}$$

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)*.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data layak untuk dianalisis. Tujuannya adalah untuk menghindari terjadinya estimasi yang bias, karena tidak semua data dapat diterapkan regresi. Uji

asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel (pengganggu) dependen dan independen atau keduanya memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013 : 160). Model regresi yang baik adalah memiliki data distribusi normal atau mendekati normal. Apabila nilai residu tidak terdistribusi normal maka uji statistik menjadi tidak valid untuk sampel kecil.

Penelitian ini melakukan uji normalitas dengan melihat nilai signifikansi Kalmogorov-Smirnov (K-S) dan melakukan uji statistik sederhana. Uji K-S dilakukan dengan melihat nilai profitabilitas, dengan syarat jika nilai profitabilitas $\geq 0,05$ maka residual berdistribusi normal. Pada saat yang sama, jika nilai profitabilitas kurang dari atau sama dengan 0,05, residu tidak akan terdistribusi secara normal..

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2013). Karena model regresi yang baik adalah tidak adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dalam regresi penelitian ini, sebagai berikut:

- 1) Matriks korelasi variabel independen. Jika terdapat korelasi yang cukup tinggi antar variabel (di atas 0,95), hal tersebut menandakan adanya polikolonisasi (Ghozali, 2013).
- 2) Toleransi dan nilai faktor inflasi varians (VIF) Kedua ukuran tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel independen dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Titik kritis yang biasa digunakan untuk menyatakan multikolinearitas adalah nilai toleransi $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 (Ghozali, 2013).

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2013). Jika terdapat korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Sementara model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Dalam penelitian ini uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan Uji Durbin Watson (DW).

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu observasi ke observasi lain. Imam Ghozali (2013), cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah melihat grafik *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID, *park test*, *white test*, dan *glejser jet*. Dalam penelitian ini heteroskedastisitas dideteksi dengan melihat grafik *Scatter plot*, antara lain prediksi variabel dependen (ZPRED) dan residualnya (SRESID).

3. Analisis Regresi Linier Simultan

Analisis regresi linier simultan digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang dilibatkan oleh variabel Y berdasarkan nilai variabel X serta taksiran perubahan variabel Y berdasarkan variabel X untuk setiap satu perubahan variabel X. Bentuk persamaannya adalah:

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

\hat{Y} = Subyek yang diprediksikan (keputusan pembelian)

X_1 = Promosi penjualan

X_2 = Penjualan pribadi

a = *Constanta* (nilai \hat{Y} , bila X_1 dan X_2 bernilai 0).

b_1, b_2 = Koefisien masing – masing variabel X_1 dan X_2 .

Oleh karena pengolahan data menggunakan program komputer, maka nilai a , b_1 dan b_2 diperoleh dari pengolahan data tersebut.

4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2 (Rsquare) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (0-1). Jika nilai R^2 mendekati 1 (satu), maka model memiliki kemampuan yang lebih kuat untuk menginterpretasikan variabel independen sebagai variabel dependen. Sebaliknya jika R^2 mendekati 0 (nol) maka perubahan variabel independen semakin lemah, sehingga menjelaskan Variabel tak bebas. (Priyatno, 2012:125). Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel independent terhadap variabel dependent dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

1. Kontribusi promosi penjualan terhadap keputusan pembelian

$$KD^2_1 = (r_{x_1 y})^2 \cdot 100\%$$

2. Kontribusi penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian

$$KD^2_2 = (r_{x_2 y})^2 \cdot 100\%$$

3. Kontribusi promosi penjualan dan penjualan pribadi secara simultan terhadap keputusan pembelian

$$KD^2_3 = (r_{x_1 x_2 y})^2 \cdot 100\%$$

Di mana:

R^2 = Nilai koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

5. Pengujian hipotesis

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

1. Pengujian hipotesis Parsial

a. Pengaruh X_1 terhadap Y

$H_0 : \beta_{y1.2} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada pameran di BLU Plaza Bekasi).

$H_a : \beta_{y1.2} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada pameran di BLU Plaza Bekasi).

b. Pengaruh X_2 terhadap Y

$H_0 : \beta_{y2.1} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada pameran di BLU Plaza Bekasi).

$H_a : \beta_{y2.1} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada pameran di BLU Plaza Bekasi).

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

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 $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

2. Pengujian hipotesis Simultan

Pengaruh $X_1 X_2$ terhadap Y

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji koefisien korelasi secara simultan. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \beta_{y12} = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan promosi penjualan dan penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada pameran di BLU Plaza Bekasi).

$H_a : \beta_{y12} \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan promosi penjualan dan penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada pameran di BLU Plaza Bekasi).

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* $< 0,05$

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 $F_{hitung} \leq F_{tabel}$