

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan di Dealer Ragil Jaya Motor yang beralamat di Perum Graha Prima Blok M7, No.6 RT 001/RW 025, Mangun Jaya Tambun Selatan, Bekasi, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan koefisien korelasi dan pengujian hipotesis.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi penelitian**

Populasi umum dalam penelitian ini adalah konsumen Dealer Ragil Jaya Motor Tambun, Bekasi, sejak berdiri sampai dengan sekarang, tidak diketahui secara pasti. Oleh karena peneliti melakukan pengambilan atau pengumpulan data secara langsung dalam 12 bulan di tahun 2017. Menurut Informasi bahwa rata-rata tiap bulan yang berkunjung dan membeli sepeda motor Yamaha N-Max sebanyak 20 orang x 12 bulan = 240. Dengan demikian, populasi sasaran adalah konsumen yang pernah membeli sepeda motor dan sebagai pengguna Yamaha N-Max sebanyak 240 orang.

##### **3.2.2. Sampel penelitian**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling* yaitu tipe *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini yang dijadikan sampel adalah konsumen yang pernah membeli dan sebagai pengguna N-Max. Pertimbangan ini dikarenakan penulis memiliki pandangan bahwa konsumen tersebut lebih memiliki alasan kuat dalam melakukan keputusan pembelian dan dapat

memberikan informasi yang lebih baik terhadap penelitian ini. *Purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.

Pertimbangan dalam hal ini yaitu :

1. Konsumen yang berusia  $\geq 20$  tahun
2. Konsumen yang sedang dan pernah membeli sepeda motor matic Yamaha N-Max di Dealer Ragil Jaya Motor minimal 1 (satu) kali.

Dalam penelitian ini yang dijadikan sampel adalah konsumen yang telah melakukan pembelian sepeda motor matic Yamaha N-Max di Dealer Ragil Jaya Motor. Pertimbangan ini dikarenakan penulis memiliki pandangan bahwa konsumen tersebut lebih memiliki alasan kuat dalam melakukan keputusan pembelian produk dan dapat memberikan informasi yang lebih baik terhadap penelitian ini. Agar dapat menemukan informasi data yang akurat dan relevan dengan keterbatasan waktu yang dimiliki oleh peneliti, maka penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yang dianggap tingkat kesalahan yang masih bisa ditolelir sebesar 5%.

Uraian di atas menjelaskan bahwa populasi sasaran dalam penelitian ini sudah diketahui yaitu 240 orang. Maka untuk meminimalisir tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel dibutuhkan sebuah rumus agar dapat diketahui berapa jumlah sampel dalam penelitian ini. Rumus *Slovin* yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$= \frac{240}{1 + 240 (0,05)^2} = \frac{240}{1 + 240 (0,0025)} = \frac{240}{1 + 0,6} = \frac{240}{1,6} = 150$$

Keterangan:

- n = Ukuran sampel
- N = Ukuran populasi
- e = Tingkat kesalahan (5%)

Berdasarkan perhitungan dalam menentukan sampel menggunakan rumus slovin, maka diperoleh sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 orang.

### 3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

#### 3.3.1. Data

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui beberapa cara yaitu,

##### 1. Observasi

Observasi yaitu pengumpulan data dengan metode ini dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap objek penelitian yang menjadi sumber data

##### 2. Kuesioner

Kuesioner adalah cara pengumpulan data dimana peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden dalam bentuk tertulis. Kuesioner diberikan secara langsung di tempat yang dijadikan obyek penelitian yaitu Dealer Ragil Jaya Motor Tambun, Bekasi. Hal tersebut disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat efisiensi penulis dengan responden selama proses penelitian sedang berlangsung.

#### 3.3.2. Metoda pengumpulan data

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh seorang yang melakukan suatu penelitian guna mengukur suatu fenomena yang telah terjadi. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yaitu daftar pernyataan yang disusun secara tertulis yang bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban para responden. Untuk mengukur instrumen penelitian yaitu menggunakan skala likert, biasanya skala likert yang digunakan adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1.** Skala likert untuk pengukuran instrumen

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber : Sugiyono (2016)*

Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini yaitu minimum skor 1 dan maksimum skor 4, dikarenakan akan diketahui secara pasti jawaban responden, apakah cenderung kepada jawaban yang setuju maupun yang tidak setuju. Sehingga hasil jawaban responden diharapkan lebih relevan.

**Tabel 3.2.** Indikator-indikator variabel penelitian

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1	Fitur produk (X <sub>1</sub> )	Keragaman fitur	Tingkat ketertarikan dari keragaman type produk	1,2
			Tingkat ketertarikan dari keragaman warna produk	3
			Menyukai sejak produk diluncurkan	4
		Kualitas fitur	Tingkat kesesuaian kualitas mesin produk	5,6,7
			Memiliki kecepatan jarak tempuh jauh	8
			Nyaman saat dikendarai	9
			Tidak mudah goyah saat dikendarai	10
2	Harga (X <sub>2</sub> )	Keterjangkauan harga	Potongan harga	1
			Harga murah	2
		Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Harga sesuai pasar	3
			Harga sesuai kemampuan	4
			Harga kompetitif	5
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga sesuai kualitas	6
			Harga sesuai spesifikasi	7
		Kesesuaian harga dengan manfaat.	Harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan	8
			Bersedia membayar harga lebih	9
			Adanya kecocokan harga	10
3	Layanan purna jual (X <sub>3</sub> )	Fasilitas dan Perlengkapan	Fasilitas dan perlengkapan memadai	1
			Memiliki fasilitas dan perlengkapan yang canggih	2
		Garansi	Cepat tanggap terhadap klaim garansi	3
			Klaim garansi	4
		Pelayanan Pemeliharaan dan Perbaikan	Respon terhadap layanan perbaikan dilakukan dengan cepat	5,6
			Mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen	7
			Lengkapnya ketersediaan suku cadang	8
		Penyediaan Aksesoris	Tersedianya aksesoris produk	9
			Pilihan variasi aksesoris produk	10
		4	Keputusan pembelian (Y)	Pertimbangan dalam membeli
Memiliki teknologi yang canggih	2			
Mempertimbangkan ketika akan membeli produk	3			
Kesesuaian atribut dengan keinginan dan kebutuhan	Informasi produk sesuai dengan harapan			4
	Produk sudah menjadi suatu kebutuhan			5
	Produk memiliki keunggulan			6
	Yakin terhadap kualitas produk			7
Kemantapan membeli	Kemantapan untuk membeli produk			8
	Puas terhadap produk			9
	Adanya rekomendasi keluarga			10

Kuesioner yaitu alat untuk mengumpulkan data. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur, dan dibuktikan melalui pengujian secara ilmiah. Pengujian tersebut berupa uji validitas dan reliabilitas.

### 1. Uji validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan rumus Korelasi Pearson (Korelasi Product Moment). Jika korelasi faktor positif besarnya 0,3 ke atas, dapat dianggap sebagai konstruk kuat atau instrumen mempunyai validitas yang baik. Begitu pula sebaliknya, jika korelasi faktor negatif besarnya 0,3 ke bawah, dapat dianggap sebagai konstruk lemah atau instrumen mempunyai validitas yang tidak baik (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini diketahui bahwa seluruh item pertanyaan kuesioner dinyatakan valid karena  $r$  hitung yang dilihat dari Corrected Item Total Correlation melebihi  $r$  kritis (0,3). Artinya kuesioner mampu menghasilkan data yang valid dari variable-variabel penelitian. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah korelasi *Pearson Product Moment*, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum X Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- $r$  = Koefisien korelasi
- $n$  = Banyaknya sampel (responden)
- $X$  = Skor butir yang diperoleh subyek dari seluruh item
- $Y$  = Skor total butir yang diperoleh dari seluruh item

Dengan demikian berdasarkan dari hasil dari  $r$  dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel dengan derajat bebas ( $n-2$ ). Jika nilai  $r_{hitung} > r_{kritis}$  (0,30), yang berarti pernyataan dikatakan valid atau akurat. Uji validitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Hal ini dilakukan untuk efisiensi dan tingkat signifikansi dalam menentukan valid-tidaknya butir pertanyaan yang juga diinformasikan dalam program tersebut.

### 2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula, kualitas data yang diperoleh dari penggunaan

instrumen penelitian dapat dievaluasi dengan menggunakan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *Alpha Cronboch* (a) yang penulis kutip dari Rochaety (2015:54). Dengan rumus sebagai berikut:

$$\gamma = \frac{N}{N-1} \left( \frac{S^2 (1 - \sum S_i^2)}{S^2} \right)$$

Keterangan :

$\gamma$  = Koefisien Reliabilitas *Alpha Cronboch*

$S^2$  = Varians skor keseluruhan

$S_i^2$  = Varians masing- masing item  $\gamma$

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan dua macam variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variable*) yaitu variabel yang tidak tergantung dan tidak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah fitur produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan layanan purna jual ( $X_3$ ).
2. Variabel terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang tergantung dan dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y).

### 3.5. Metoda Analisis Data

#### 3.5.1. Cara pengolahan dan penyajian data

Pengolahan data yaitu dengan menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Hal ini dilakukan dengan harapan tidak terjadi tingkat kesalahan yang besar. Setelah data diolah, kemudian diperoleh hasil atau *output* SPSS. Hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel, agar lebih rapi, dapat dibaca dengan mudah dan dapat cepat dipahami.

### 3.5.2. Analisis statistik data

Analisis statistik data dimaksudkan untuk melakukan perhitungan data yang telah disajikan dalam menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis penelitian. Metoda analisis statistik penelitian dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian yaitu dengan menggunakan metoda analisis koefisien korelasi dan pengujian hipotesis yang digunakan yaitu parsial dan simultan.

#### 3.5.2.1. Analisis koefisien korelasi

Analisis koefisien korelasi terdiri dari analisis koefisien korelasi parsial dan berganda. Nilai koefisien korelasi berkisar dari -1 sampai 1. Interpretasi bagi nilai koefisien korelasi ( $r$ ) tertentu adalah :

1. Jika  $r$  mendekati 1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan positif.
2. Jika  $r$  mendekati -1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan negatif.
3. Jika  $r$  mendekati 0, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y tidak terdapat pengaruh atau sangat lemah.

Oleh karena itu, jika nilai  $r$  mendekati -1 atau 1, maka hubungan antara variabel semakin kuat. Sebaliknya, jika nilai  $r$  semakin jauh dari -1 atau 1 berarti hubungan antar variabel akan semakin lemah.

#### 1. Analisis koefisien korelasi parsial

Analisis koefisien korelasi parsial digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Koefisien korelasi merupakan besaran yang digunakan apabila dalam suatu penelitian terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial dihitung untuk mengetahui hubungan variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan :

- (1) Korelasi parsial dengan  $X_1$  dengan Y ( $X_2, X_3$  konstan)

$$r_{Y1.23} = \frac{r_{y1} - (r_{y2}r_{y3}r_{y123})}{\sqrt{(1 - (r_{y2})^2) \cdot (1 - (r_{y3})^2) \cdot (1 - r_{y123})^2}}$$

(2) Korelasi parsial dengan X2 dengan Y (X1, X3 konstan)

$$r_{Y2 \cdot 13} = \frac{r_{y2} - (r_{y1} \cdot r_{y3} \cdot r_{y123})}{\sqrt{1 - (r_{y1})^2} \cdot \sqrt{1 - (r_{y3})^2} \cdot \sqrt{1 - r_{y123}^2}}$$

(3) Korelasi parsial dengan X3 dengan Y (X1, X2 konstan)

$$r_{Y3 \cdot 12} = \frac{r_{y3} - (r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{y123})}{\sqrt{1 - (r_{y1})^2} \cdot \sqrt{1 - (r_{y2})^2} \cdot \sqrt{1 - r_{y123}^2}}$$

Keterangan :

$r_{Y1}$  = Koefisien korelasi sederhana antara  $X_1$  dengan Y

$$= \frac{\sum X_{1i} Y_i}{\sqrt{\sum X_{1i}^2} \sqrt{\sum Y_i^2}}$$

$r_{Y2}$  = Koefisien korelasi sederhana antara  $X_2$  dengan Y

$$= \frac{\sum X_{2i} Y_i}{\sqrt{\sum X_{2i}^2} \sqrt{\sum Y_i^2}}$$

$r_{Y3}$  = Koefisien korelasi sederhana antara  $X_3$  dengan Y

$$= \frac{\sum X_{3i} Y_i}{\sqrt{\sum X_{3i}^2} \sqrt{\sum Y_i^2}}$$

$r_{123}$  = Koefisien korelasi sederhana antara  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$

$$= \frac{\sum X_{1i} X_{2i} X_{3i}}{\sqrt{\sum X_{1i}^2} \sqrt{\sum X_{2i}^2} \sqrt{\sum X_{3i}^2}}$$

$$x_{1i} = X_{1i} - \bar{X}_1$$

= Selisih skor variabel fitur produk butir i ( $X_{1i}$ ) dengan rata-rata skor variabel fitur produk ( $\bar{X}_1$ ).

$$x_{2i} = X_{2i} - \bar{X}_2$$

= Selisih skor variabel harga butir i ( $X_{2i}$ ) dengan rata-rata skor variabel harga ( $\bar{X}_2$ ).

$$x_{3i} = X_{3i} - \bar{X}_3$$

= Selisih skor variabel layanan purna jual butir i ( $X_{3i}$ ) dengan rata-rata skor variabel layanan purna jual ( $\bar{X}_3$ ).

$$y_i = Y_i - \bar{Y}$$

= Selisih skor variabel keputusan pembelian butir i ( $Y_i$ ) dengan rata rata skor variabel keputusan pembelian ( $\bar{Y}$ )

$$\bar{X}_1 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{1i}$$

= Rata-rata skor variabel fitur produk ( $X_1$ )

$$\bar{X}_2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{2i}$$

= Rata-rata skor variabel harga ( $X_2$ )

$$\bar{X}_3 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{3i}$$

= Rata-rata skor variabel layanan purna jual ( $X_3$ )

$$\bar{Y} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n Y_i$$

= Rata-rata skor variabel keputusan pembelian ( $Y$ )

$X_1$  = Fitur Produk

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Layanan Purna Jual

$Y$  = Keputusan Pembelian

Perhitungan koefisien korelasi menggunakan bantuan SPSS, dalam bentuk tabel agar mudah dipahami dalam membaca hasil penelitian yang sudah diolah.

## 2. Analisis koefisien korelasi berganda

Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara fitur produk, harga dan layanan purna jual dengan keputusan pembelian secara simultan. Koefisien korelasi berganda dihitung untuk mengetahui hubungan seluruh variabel bebas dan variabel terikat :

$$r_{y123} = \sqrt{\frac{(r_{y1})^2 + (r_{y2})^2 + (r_{y3})^2 - 2(r_{y1}.r_{y2}.r_{y3})}{1 - (r_{123})^2}}$$

Pada hakekatnya nilai Koefisien korelasi bervariasi, oleh karena itu pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3.** Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien (Nilai Mutlak)	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat lemah
2	0,20 – 0,399	Lemah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2016:85)

#### 3.5.2.2. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis terhadap  $\rho$  digunakan untuk mengetahui signifikansi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial maupun simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Pengujian hipotesis secara parsial (uji t)

###### (1) Hubungan $X_1$ dengan Y

$H_0 : \rho_{y1.23} \leq 0$  (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara fitur produk dengan keputusan pembelian).

$H_a : \rho_{y1.23} > 0$ ; (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara fitur produk dengan keputusan pembelian).

###### (2) Hubungan $X_2$ dengan Y

$H_0 : \rho_{y2.13} \leq 0$  (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian).

$H_a : \rho_{y2.13} > 0$  (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian).

(3) Hubungan  $X_3$  dengan Y

$H_0 : \rho_{y3.12} \leq 0$  (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara layanan purna jual dengan keputusan pembelian).

$H_a : \rho_{y3.12} > 0$  (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara layanan purna jual dengan keputusan pembelian).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial dilihat dari nilai *significance t* dibanding dengan  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ) dengan kriteria:

$H_0$  ditolak, jika *significance t*  $< 0,05$

$H_a$  diterima, jika *significance t*  $\geq 0,05$

## 2. Pengujian hipotesis secara simultan (uji F)

$H_0 : \rho_{y123} \leq 0$  (Secara simultan tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara fitur produk, harga dan layanan purna jual dengan keputusan pembelian).

$H_a : \rho_{y123} > 0$  (Secara simultan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara fitur produk, harga dan layanan purna jual dengan keputusan pembelian).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan digunakan nilai *significance F* dibanding dengan  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ) dengan kriteria :

$H_0$  ditolak, jika *significance F*  $< 0,05$

$H_a$  diterima, jika *significance F*  $\geq 0,05$