

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif yang menjelaskan hubungan sebab akibat yang akan ditelaah hubungna yaitu antara varibael independent dengan variabel dependen melalui pendekatan kuantitatif. (Sugiyono,2017:19) mengemukakan asosiatif adalah suatu rumusan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan sebab akibat Desain,Promosi, dan Harga terhadap proses keputusan pembelian sepeda motor honda merek PCX di PT. Tunas Lambung Harapan.

Dalam penelitian ini strategi penelitian yang digunakan untuk penelitian adalah metode kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban responden yang di isi oleh konsumen yang tekah melakukan pembelian sepeda motor honda PCX di PT.Tunas Lambung Harapan, Tujuanya adalah untuk membuktikan apakah ada pengaruh Desain, Promosi,

dan harga terhadap proses keputusan pembelian ketika konsumen memilih sebuah produk.

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

#### **3.2.1. Populasi**

Menurut Kurniawan dan Puspitaningyas (2016:66) populasi merupakan seluruh keseluruhan dalam unit yang diteliti. Populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas ciri-ciri yang telah ditetapkan.populasi merupakan sekelompok orang kejadian atau segala sesuat yang mempunyai karakteristik tertentu.populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untukk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

.Populasi dalam penelitian adalah konsumen telah melakukan pembelian sepeda motor honda merek PCX di PT.

### 3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:81) sampel yaitu suatu komponen atas populasi serta sifat. Apabila populasinya luas,peneliti tidak dapat mempelajari seluruh populasi, apa bila lantaran keterbatasan sumber daya,tenaga,dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut.Setelah peneliti mendalami sampel,peneliti dapat menarik kesimpulan tentang populasi.Untuk itu sampel populasi harus benar-benar tepat.Sampel untuk penelitian ini terdiri dari 100 sampel.Sesuai dengan Metode yang dijelaskan *hair eat al (2016:35)* yakni total sampel yang memuaskan yang dapat digunakan menurut MLE berkisar 100 - 200 sampel .oleh sebab itu peneliti mengharapkan paling sedikit 100 sampel dan maksimal 200 sampel.Teknik pengambilan sampel yang dipakai pada riset ini metode *nonprobability sampling* (pemungutan sampel dengan cara tidak acak) dengan memakai teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2016:81) *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan karakteristik atau pertimbangan tertentu.*purposive sampling* memiliki dua jenis penelitian sampel,yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (*judgement sampling*) dan pengambilan sampel kuota (*quota sampling*).Namun penelitian ini hanya akan menjelaskan mengenai judgement seluruh konsumen yang telah melakukan pembelian sepeda motor honda PCX di PT Tunas Lambung Harapan .selain itu peneliti menggunakan kuisisioner untuk penelitian ini.dimana penyebaran kuisisioner pada penelitian ini dilaksanakan secara online.

Pada riset ini,tolak ukur pengambilan sampel ditentukan oleh peneliti sebagai berikut.

- 1) Responden yang menggunakan sepeda motor honda PCX
- 2) Responden yang telah melakukan pembelian sepeda motor honda PCX di PT. Tunas Lambung Harapan

### **3.3. Data dan metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1. Jenis Data**

Data adalah sekumpulan informasi yang biasanya berbentuk bilangan yang dihasilkan dari pengukuran atau perhitungan berdasarkan sifatnya data dibagi menjadi dua yaitu data diskrit dan data kontinu, data diskrit adalah data yang diperoleh dari menghitung atau membilang dan dinyatakan dalam bentuk bilangan bulat Abdullah (2015:244). Menurut Kurniawan dan Puspitaningyas (2016:78) Data merupakan ukuran suatu nilai. Data yang telah diproses disebut sebagai informasi dan syarat-syarat data yang baik antara lain data harus akurat, data harus relevan, dan data harus up to date.

Menurut Kurniawan dan Puspitaningyas (2016:78), pembagian data menurut cara memperolehnya terdiri dari:

- 1) Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer peneliti melakukan penyebaran kuisisioner kepada responden tentang pengaruh pengaruh desain produk ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), dan Harga ( $X_3$ ) terhadap Proses keputusan pembelian sepeda motor honda merek PCX di PT. Tunas Lambung Harapan.
- 2) Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen. dapat didefinisikan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh selain dari kuisisioner atau wawancara yang dilakukan peneliti. Sumber data skunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen, jurnal, buku dan internet.

#### **3.2.2 Metode Pengumpulan Data**

Dalam melakukan penelitian diperlukan teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk mencari informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian, menurut Kurniawan dan Puspitaningyas (2016:81) ada 4 teknik pengumpulan data yang bisa di gunakan peneliti antara lain seperti teknik observasi, teknik wawancara, teknik kuisisioner, dan dokumenter dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik kuisisioner untuk megumpulkan data. Kuisisioner akan

disebarkan ke konsumen PT. Tunas Lambung Harapan yang pernah melakukan pembelian sepeda motor merek merek PCX. Menurut Puspitaningyas (2016:82) menyatakan bahwa teknik kuisisioner atau angket, merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya - jawab dengan responden) instrument atau alat pengumpulan data, juga disebut angket atau kuisisioner, berisi daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis yang harus di jawab atau di respon oleh responden sesuai presepsinya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner berbasis google form untuk megumpulkan data. Kuisisioner akan disebarkan ke konsumen PT. Tunas Lambung Harapan yang pernah melakukan pembeliansepeda motor merek PCX.

Pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengukuran skla *likert*. Menurut Abdullah (2015:244) skala likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Dengan menggunakan *skala likert*, setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan positif dan negatif. Ada beberapa ketentuan seperti:

**Tabel 3.1.**  
**Skala Likert**

Jawaban	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	S	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Abdullah (240)

### 3.4. Operasional Variabel

Dalam sebuah penelitian operasional variabel amat dibutuhkan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:39) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehinga

dapat diperoleh informasi tentang hasil dari mempelajari variabel-variabel yang ada dan berlanjut pada penarikan kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat beberapa konsep dan istilah dasar diantaranya sebagai berikut :

1) Variabel Independen (Variabel bebas) adalah Variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi suatu variabel lain (dependen) variabel independent di beri symbol “X” dalam penelitian ini variabel indenpendenya adalah :

a) Desain Produk (X1)

Desain adalah penampilan produk yang mempunyai manfaat. Konsep lain desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan, desain lebih dari sekedar kulit luar, desain adalah jantung produk. Jadi desain juga dapat diartikan sebagai suatu kreasi untuk memenuhi kebutuhan dengan cara tertentu (Kotler dan Keller 2016:396)

b) Promosi (X2)

Promosi adalah aktivitas pengkomunikasian mengenai manfaat dan kegunaan suatu produk atau jasa dan secara persuasif mempengaruhi sasaran konsumen untuk melakukan pembelian produk atau penggunaan jasa (Kotler dan Armstrong 2014:429).

c) Harga (X3)

Harga adalah sejumlah uang yang di bebaskan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Amstrong 2014:314).

2) Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat.karena adanya variabel lain (variabel bebas).Variabel dependen diberi simbol “Y” dalam penelitian ini variabel dependenya adalah prose keputusan pembelian.Menurut Kotler dan Keller (2016:177) keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternative perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

**Tabel 3.2.**  
**Operasional Variabel**

<b>NO</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>Kode Item</b>
1	Desain Produk (Kotler dan Keller 2016:272)	Ciri-Ciri Produk	Produk memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk milik pesaing	1
		Warna Produk	Produk memiliki berbagai pilhan warna yang menarik	2
		Kinerja Produk	Daya tahan mesin ataupun fisik sesuai dan tahan lama	3
		Striping Produk	Striping produk sangat elegan dan mengikuti trend	4
		Bentuk Produk	Produk memiliki bentuk yang sangat unik dan berbeda dengan milik pesaing	5
		Periklanan	Iklan Produk yang ditampilkan di berbagai media sangat menarik	6
		Penjualan Personal	Banyak sales yang menawarkan produk sehingga membuatt konsumen tertarik	7

2	Promosi (Tjiptono 2015:387)	Promosi Penjualan	Adanya potongan harga yang diberikan oleh perusahaan sehingga menarik perhatian konsumen	8
		Publisitas promosi	Promosi produk di publisikan melalui media cetak maupun media elektronik	9
		Hubungan Masyarakat	Perusahaan sering melakukan interaksi terhadap masyarakat maupun konsumen melalui berbagai event	10
3	Harga (Kotler dan Amstrong 2014:318)	Keterjangkauan Harga	Harga produk yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan daya beli	11
		Harga Sesuai kemampuan	Harga produk bersaing dengan produk motor lainya dan sesuai dengan kemampuan.	12
		Harga Sesuai dengan kualitas produk	Harga yang di tetapkan perusahaan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	13
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga produk ditawarkan oleh perusahaan memberikan kepuasan terhadap konsumen	14
			Harga produk sesuai dengan manfaat yang di dapatkan	15
4	Proses Keputusan	Pengenalan Masalah	Produk menjadi pilihan akan kebutuhan kendaraan	16
		Pencarian Informasi	Mendapatkan informasi mengenai produk dari teman	17
			Mendapatkan informasi	18

	Pembelian (Kotler dan Keller 2016:177)		mengenai produk dari media	
		Evaluasi alternatif	Memilih produk karena lebih menguntungkan dari pesaing	19
		Keputusan Pembelian	Memutuskan membeli produk	20
		Perilaku Pasca Pembelian	Konsumen merasa puas terhadap produk	21
			Merekomendasikan orang lain untuk membeli produk yang sama	22

### 3.5. Metode Analisis Data

Metode atau teknis analisis data yang dilakukan dengan teknik analisis data kuantitatif. Data yang sudah diperoleh kemudian akan diuji menggunakan *Statistical Package for the social Sciens* (SPSS) versi 25, yaitu program komputer yang digunakan untuk analisis statistik.

#### 3.5.1. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrument penelitian dapat dievaluasi melalui uji reliabilitas dan uji validitas (Mahdi, 2017).

##### 3.5.1.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghazali,2016:52). Dengan kata lain, uji validitas digunakan untuk mengukur apa yang hendak kita ukur.

Suatu instrument penelitian dikatakan valid apabila memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Bila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka dinyatakan valid.
2. Bila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka dinyatakan tidak valid.

### 3.5.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu uji untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indicator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2016:48). Suatu kuisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* (pengukuran sekali saja). Disini pengukuran variabelnya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *cronbach alpha*  $> 0,6$  yang berarti bahwa instrumen tersebut dapat dipergunakan sebagai pengumpul data yang handal yaitu hasil pengukuran relatif koefisien jika dilakukan pengukuran ulang. Uji realibilitas ini bertujuan untuk melihat konsistensi (Ghozali, 2016:48).

### 3.5.2. Uji Asumsi Klasik

#### 3.5.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic (Ghozali,2016:154). Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini :

- a) Jika nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi tidak normal.

#### 3.5.2.2. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent

(Ghozali,2016:103). Pengujian Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Pemilihan *Tolerance* dan VIF dalam penelitian ini karena dianggap lebih handal dalam menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  atau nilai VIF  $< 10$  maka dapat dinyatakan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- 2) Jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  atau nilai VIF  $> 10$  maka dapat dinyatakan bahwa ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

### 3.5.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu regresi terdapat persamaan atau perbedaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Modal regresi yang baik adalah homokedastisitas (Ghozali,2016:138).

Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser yang dilakukan dengan membuat model regresi yang melibatkan nilai *absolute residual*, yaitu dengan mengregresikan nilai *absolute residual* dengan variabel independent (Ghozali, 2016:138). Ketentuan yang digunakan adalah jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka terjadi heterokedastisitas yang artinya model regresi tersebut tidak mengandung adanya heterokedastisitas.

### 3.5.4. Pengujian Hipotesis

#### 3.5.4.1. Uji Statistik t

Uji Statistic t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali,2016:171). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan ( $Sig < 0,05$ ), maka hipotesis diterima. Hal ini berarti, secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau probabilitas lebih besar dari tingkat signifikan ( $Sig > 0,05$ ), maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti, secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### **3.5.4.2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (antara nol dan satu) menunjukkan presentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang amat terbatas, sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2016:173)