

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Menurut Diah Isnaini, dkk (2019:18) berdasarkan tingkat eksplanasi penelitian dikelompokkan menjadi:

1. Penelitian Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud mengetahui nilai variabel mandiri (bisa satu variabel atau lebih), tanpa menghubungkan kondisi satu variabel dengan variabel yang lain, melihat pengaruh antar variabel, atau membandingkannya, misalnya penelitian yang dilakukan untuk mengetahui efektivitas iklan, mengetahui produktivitas perusahaan, mengetahui etos kerja karyawan, mengetahui profitabilitas perusahaan, dan lain sebagainya.

2. Penelitian Asosiatif

Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bermaksud mengetahui keterkaitan antar variabel. Apabila keterkaitan tersebut hanya menjelaskan hubungan maka jenis penelitiannya adalah penelitian korelasional. Tetapi apabila keterkaitan tersebut menjelaskan pengaruh maka jenis penelitiannya adalah kasual. Misalnya penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara karakteristik pelanggan dengan jenis produk yang ditawarkan, mengetahui pengaruh kompetensi terhadap motivasi karyawan, mengetahui pengaruh faktor makro ekonomi terhadap harga

saham, mengetahui pengaruh suasana dan pelayanan toko terhadap minat beli konsumen, dan lain sebagainya.

3. Penelitian Komparatif

Penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan antara satu sampel dengan sampel yang lain, baik perbandingan tersebut dilakukan secara bebas (*independent*) maupun secara berpasangan. Misalnya penelitian yang dilakukan untuk mengetahui perbedaan kinerja karyawan swasta dan pegawai pemerintah, mengetahui kinerja perusahaan sebelum dan setelah terjadi resesi, mengetahui perbedaan persepsi masyarakat terhadap status perguruan tinggi swasta di Palembang, dan lain sebagainya.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, penelitian ini termasuk penelitian asosiatif, karena data yang diperoleh bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antar dua variabel atau lebih, yaitu pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di Kecamatan Pampangan.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir.

C. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah perilaku yang sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternatif yang ada dalam diantara tindakan alternatif yang ada dalam memilih sepeda motor Suzuki.	- Pilihan Produk - Pilihan Merk	Ordinal
Produk (X ₁)	Produk adalah sepeda motor Suzuki yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan.	- Kualitas Produk - Gaya - Desain	Ordinal
Harga (X ₂)	Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sepeda motor Suzuki dan layanan yang ditukar pelanggan untuk menggunakan produk.	- Keterjangkauan Harga - Daya Saing Harga	Ordinal
Promosi (X ₃)	Promosi merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan sepeda motor Suzuki.	- Periklanan - Promosi Penjualan	Ordinal
Distribusi (X ₄)	Distribusi atau bisa disebut dengan saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen sepeda motor Suzuki untuk menyalurkan produk sepeda motor suzuki dari produsen ke konsumen.	- Persediaan - Saluran Pemasaran	Ordinal

Sumber : Gagasan penulis berdasarkan teori Kotler dan Keller (2009), Kotler dan Armstrong (2012)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2017:80). Populasi dalam penelitian ini merupakan populasi *infinite* atau populasi tidak dapat dihitung dengan jelas sehingga tidak diketahui jumlahnya. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang pernah dan sudah menggunakan sepeda motor Suzuki di Kecamatan Pampangan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81), sampel adalah sebagai berikut : "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu".

Menurut Lameshow penentuan jumlah sampel untuk ukuran populasi yang tidak diketahui dapat menggunakan rumus berikut :

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z_a = Skore z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error = 10%

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,10^2} = \frac{3,84 \cdot 0,25}{0,01} = \frac{0,95}{0,01} = 96,04/100$$

Jadi jumlah sampel minimal yang dibutuhkan untuk penelitian ini ialah sebanyak 96,04 atau dibulatkan menjadi 100 sampel.

3. Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2017:81) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik Sampling yang digunakan oleh penulis adalah *Non Probability* Sampling. Menurut Sugiyono (2015:84) pengertian *Non Probability* Sampling adalah sebagai berikut:

Teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *Non Probability* Sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel.

Pada penelitian ini lebih tepatnya penulis menggunakan Teknik Purposive Sampling. Menurut Sugiyono (2015:84) pengertian Purposive Sampling adalah sebagai berikut:

Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan Teknik Purposive Sampling adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan, oleh karena itu penulis memilih Teknik Purposive Sampling dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Kriterianya yaitu semua orang yang pernah menggunakan produk/jasa seperti halnya pada penelitian saya kriteria nya ialah semua orang yang sudah menggunakan sepeda motor Suzuki di Kecamatan Pampangan.

E. Data Yang di Perlukan

Sumber data di dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting. Karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian, oleh karenanya sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Berdasarkan sumber data eksternal, terdapat dua/s macam data (Diah Isnaini A, 2019:103) :

1. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya.
Misalnya : data hasil kuesioner.

2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil pengumpulan orang lain. Misalnya : data yang diambil dari Top Brand

Berdasarkan pengertian diatas, data utama yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer. Data ini merupakan hasil jawaban responden terhadap kuesioner yang diedarkan.

F. Metode Pengumpulan Data

Menurut Asianti (2019) terdapat lima metode dalam pengumpulan data :

1. Angket / kuesioner

Teknik pengumpulan data dimana responden mengisi pertanyaan, kemudian setelah diisi dengan lengkap lalu dikembalikan kepada peneliti.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pernyataan kepada yang diwawancarai dan juga peneliti melakukan cara merekam jawaban atas pertanyaan yang diberikan kepada responden.

3. Observasi

Menurut Asianti (dalam suliyanto, 2019:114) observasi merupakan Teknik yang mana pengumpulan data dengan cara menggunakan pancaindera, pengamatan menggunakan mata, pendengaran, mencium, mengecap dan meraba. instrument yang digunakan dalam observasi adalah panduan pengamatan dan lembar pengamatan.

4. Dokumentasi

Menurut Asianti (dalam sugiyono : 2016) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

5. Eksperimen

Eksperimen merupakan suatu penelitian ilmiah dimana penelitian manipulasi dan mengontrol satu atau lebih variabel bebas dan melakukan pengamatan terhadap variabel-variabel terikat untuk menemukan variasi yang muncul Bersamaan dengan manipulasi terhadap variabel bebas tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan angket kuesioner.

G. Analisis data dan Teknik analisis data

1. Analisis Data

Menurut V. Wiratna (2021:6) Jenis data dan teknik analisisnya dikelompokkan sebagai berikut:

a. Penelitian Kualitatif

jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

Penelitian kuantitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian

tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain.

b. Penelitian kuantitatif

Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengakuan). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu didalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakekat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.

Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang di kuantitatifkan. Secara kualitatif digunakan *Skala likert* dengan pilihan jawaban responden sebagai berikut:

Sangat Setuju	= SS
Setuju	= S
Netral	= N
Tidak Setuju	= TS
Sangat tidak setuju	= STS

Kemudian dikuantitatifkan dengan diberi skor sebagai berikut:

Sangat Setuju	= 5
Setuju	= 4
Netral	= 3
Tidak Setuju	= 2
Sangat Tidak Setuju	= 1

Hasil analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diimplementasikan dalam suatu uraian. Dalam analisis kuantitatif terdapat dua cara menganalisa (Sugiono 2016:199), yaitu:

1) Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk atau generalisasi. Statistik deskriptif yang dimaksud adalah perhitungan presentase untuk karakteristik maupun jawaban responden terhadap setiap butir pernyataan.

2) Analisis Statistik Inferensial

Statistik inferensial digunakan untuk melakukan pengujian terhadap sampel. Berdasarkan datanya yang bersifat ordinal (nominal diubah ordinal) dan bentuk hipotesisnya yang bersifat asosiatif, maka digunakan teknik analisis regresi linier berganda.

2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu langkah yang paling menentukan dari suatu penelitian, karena analisis data berfungsi untuk menyimpulkan hasil dari penelitian. Teknik yang digunakan dalam mengetahui pengaruh motivasi dan kepemimpinan terhadap kinerja

karyawan dengan menggunakan teknik regresi linier berganda. Yang mana regresi linier berganda sebagai salah satu jenis analisis statistik, banyak sekali macamnya tergantung skala data pervariabel. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Selanjutnya dilakukan dengan hipotesis (Uji F) dan (Uji t) untuk mengetahui secara signifikan dari variable bebas terhadap variable terikat. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu dengan cara menghitung koefisien determinasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini dengan cara menggunakan *program for special science (SPSS)*.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016:177) uji validitas ialah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{table}$, maka butir instrument adalah valid. Butir instrument yang tidak valid (tidak benar/salah) tidak layak untuk dijadikan sebagai item di dalam instrument penelitian. Butir yang tidak valid dibuang dari instrument angket.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019: 362) menyatakan bahwa sesuatu bisa dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Secara umum uji reliabilitas didefinisikan sebagai rangkaian uji lanjutan untuk menilai kehandalan dari item-item pertanyaan yang valid. Untuk mengetahui reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Alpha Cronbach's. Dalam pengukuran reliabilitas dapat diterima jika $> 0,6$ adalah kurang baik, sedangkan $0,7$ dapat diterima dan diatas $0,8$ adalah baik.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono Analisis regresi linear berganda digunakan untuk membuat keputusan apakah naik atau menurunnya variabel dependent dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independent atau tidak. Penelitian ini berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Distribusi (X4) terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di Kecamatan Pampangan. Rumus umum dari regresi linear berganda adalah :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e.$$

Keterangan :

Y : Keputusan pembelian

α : Konstanta

$b_1b_2b_3b_4$: Koefisien regresi

X_1 : Produk

X_2 : Harga

X_3 : Promosi

X_4 : Distribusi

e : Error

d. Uji Hipotesis

Menurut Iqbal Hasan (2015:140) Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis itu.

1) Pengujian Hipotesis secara bersama sama (Uji F)

Menurut Iqbal Hasan (2015:264) Uji F digunakan untuk menguji pengaruh bersama- sama bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian. Langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam pengujian adalah sebagai berikut :

a) Menentukan Formulasi Hipotesis

H_{01} : Tidak ada pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di Kecamatan Pampangan

H_{a1} : Ada pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di Kecamatan Pampangan

b) Menentukan Taraf Nyata (α) dan nilai F tabel dengan tingkat keyakinan 90% tingkat kesalahan (α) 10% = 0,1 dengan derajat bebas (df) = n-2. dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di Kecamatan Pampangan

c) Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

d) Menentukan nilai uji statistik dengan tabel ANOVA dalam mencari nilai uji statistik menggunakan SPSS versi 25.0

e) Menarik kesimpulan

Jika H_{01} ditolak atau H_{a1} diterima maka bauran pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Jika H_{01} diterima atau H_{a1} ditolak maka bauran pemasaran secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2) Pengujian Hipotesis individual (Uji t)

Menurut Iqbal Hasan (2011:264) Uji t digunakan untuk menguji pengaruh parsial antara bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian. Langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam Uji t adalah sebagai berikut:

a) Menentukan Formulasi Hipotesis

H_{02} : Tidak ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di kecamatan pampangan.

H_{a2} : Ada pengaruh produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di kecamatan pampangan.

H_{03} : Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di kecamatan pampangan.

H_{a3} : Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di kecamatan pampangan.

H_{04} : Tidak ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di kecamatan pampangan.

H_{a4} : Ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di kecamatan pampangan.

b) Menentukan nilai tabel

Menentukan nilai t tabel dengan tingkat keyakinan 90% tingkat kesalahan (α) 10% = 0,1 dan derajat kebebasan (db) = $n-k$. Taraf nyata dari t tabel ditentukan dengan derajat bebas (db) = $n-k$ dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki di kecamatan pampangan.

c) Menghitung nilai uji statistik dengan menggunakan SPSS versi 25.0

d) Kriteria pengujian

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

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

e) Menarik kesimpulan

H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$. Artinya

Ada Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Di Kecamatan Pampangan.

H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$. Artinya

Tidak Ada Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Di Kecamatan Pampangan.

H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$. Artinya

Ada Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Di Kecamatan Pampangan

H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$. Artinya

Tidak Ada Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Di Kecamatan Pampangan

H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$. Artinya

Ada Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Di Kecamatan Pampangan.

H_{04} diterima dan H_{a4} ditolak apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$. Artinya

Tidak Ada Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Di Kecamatan Pampangan.

H_{05} ditolak dan H_{a5} diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$. Artinya

Ada Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Di Kecamatan Pampangan.

3) Koefisien Determinasi

Menurut M. Iqbal Hasan (2012:236) apabila koefisien korelasi dikuadratkan, akan menjadi koefisien penentu (KP) atau koefisien determinasi, yang artinya penyebab perubahan yang pada variabel Y yang datang dari variabel X, sebesar kuadrat koefisien korelasinya. Koefisien penentu ini menjelaskan besarnya pengaruh nilai suatu variabel (variabel X) terhadap naik/turunnya (variasi) nilai variabel lainnya (variabel Y).

Dirumuskan:

$$KP = R = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R : Koefisien Determinasi

r : Koefisien Korelasi