

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini meneliti pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. Objek dalam penelitian ini adalah produk sepeda motor Yamaha Jupiter. Lokasi penelitian ini dilakukan di bengkel resmi Yamaha Jaya Motor Jatiasih, Bekasi.

3.2 Metode Penelitian

Desain penelitian adalah pendekatan kausal dan deskriptif. Menurut Malhotra (2004:85) desain kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel. penelitian kausal dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta atau pembuktian hipotesis dari hubungan atau pengaruh dari masing-masing variabel. Sedangkan desain deskriptif menurut Malholtra (2004:78) bertujuan untuk mendapatkan bagaimana deskripsi dari variabel independen (kualitas produk dan promosi penjualan) terhadap keberadaan variabel dependen (keputusan pembelian). Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode survei. Menurut Malholtra (2004:151) metode survei yaitu struktur kuesioner yang diberikan kepada sampel dari suatu populasi dan dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik dari responden.

3.3 Operasionalisasi variabel

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas Produk (X1) kualitas produk adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. (Kotler dan Keller, 2009:143)	Performance Berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk	1. Mesin bersuara halus. 2. Nyaman dalam berkendara. 3. Mudah dalam pengoperasian.
	Durability yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.	1. Daya tahan mesin tangguh 2. Daya tahan body.
	Conformance to specifications yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.	1. Bebas dari cacat produk. 2. Sesuai standar kualitas produksi.
	Reliability adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.	1. tingkat kemungkinan kerusakan kecil 2. Garansi
	Aesthetics berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.	1. Penampilan menarik atau stylish. 2. variasi warna.
	Perceived Quality sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti	1. harga sesuai dengan kualitas. 2. Reputasi Jupiter.

	atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara asal.	
Promosi Penjualan (X2) promosi penjualan adalah kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang. (Kotler dan Keller 2012:541)	Saving promosi penjualan memberikan persepsi tentang penghematan uang, yaitu dengan menurunkan harga produk yang dipromosikan	1. Mendapat bonus produk complement. 2. Menghemat uang.
	Value Expression promosi penjualan dapat meningkatkan nilai moral atau kepercayaan diri konsumen sebagai pembeli yang cerdas	1. konsumen merasa cerdas karena adanya diskon 2. kebanggaan tersendiri.
	Entertainment Memberikan nilai hiburan dan nilai estetika, dimana konsumen akan mendapatkan hiburan karena ikut berpartisipasi dalam program promosi penjualan.	1. hadiah yang ditawarkan menarik. 2. hadiah yang ditawarkan memberikan rasa senang.
Keputusan Pembelian (Y) keputusan pembelian adalah proses keputusan dan aktivitas pembelian dari orang-orang yang membeli produk untuk penggunaan pribadi atau rumah tangga dan tidak untuk tujuan bisnis. (Pride dan Ferrel 2010:194)	Pengenalan masalah Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan.	1. Adanya kubutuhan akan transportasi motor. 2. Adanya kebutuhan keefisienan waktu.
	Pencarian informasi Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak.	1. Sumber komersial. 2. Berdasarkan pengalaman orang lain. 3. Sumber informasi pribadi.
	Evaluatif alternatif Konsumen menggunakan untuk melakukan evaluasi alterenatif.	1. Pertimbangan kualitas produk 2. Pertimbangan merek
	Keputusan pembelian yaitu membeli merek yang paling disukai.	1. Yakin dengan keputusan. 2. Menjadi pilihan konsumen.

Sumber: data diolah oleh penulis

3.4 Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram (Husein Umar, 2009:42).

Data primer diperoleh peneliti melalui survei dengan menyebarkan kuesioner. Menurut Malhotra (2004:278) kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan menyebarkan pernyataan dan melakukan wawancara untuk mendapatkan respon langsung dari responden. Pengukuran yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden adalah dengan menggunakan *skala likert*. Menurut Malhotra (2004:258) *Skala likert* adalah skala pengukuran pada kuesioner dengan 5 kategori respon dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju, yang nantinya digunakan responden untuk menyatakan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan dari serangkaian pernyataan yang diberikan peneliti terkait dengan objek penelitian. Skala likert yang digunakan:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Ragu-ragu (RG)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:90). Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2008: 91). Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik sepeda motor Yamaha Jupiter yang sedang melakukan *service* di lokasi penelitian yaitu bengkel resmi Yamaha Jaya Motor Jatiasih, Bekasi.

Dalam penelitian ini, untuk menentukan sampel peneliti menggunakan *nonprobably sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2008:95). Sedangkan bagian dari *non probability* sampling yang digunakan adalah *convinience sampling*, menurut Malhotra (2004:320) *convinience sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang berupaya memperoleh sampel elemen yang mudah. Untuk menentukan ukuran sampel, penelitian ini menggunakan rumus Slovin dikarenakan populasi yang didapat adalah finite. Rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat toleransi kesalahan

Berdasarkan data yang didapat dari bengkel resmi Yamaha Jaya Motor menunjukkan rata-rata konsumen Yamaha Jupiter yang melakukan *service* adalah sebesar 137 orang setiap bulannya. sehingga bila di hitung dengan rumus Slovin dengan standar error sebesar 5%, dapat disimpulkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 102 responden.

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Uji Instrumen

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dilakukan secara statistik. Dalam pengujian validitas menggunakan teknik korelasi *product moment*, yaitu teknik analisis korelasi yang berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Teknik korelasi *product moment* menyatakan jika berdasarkan nilai mean dari r-hitung, variabel dapat dikatakan valid apabila mean r-hitung > 0,361 (dengan jumlah responden minimal sebanyak 30 dan $\alpha = 0,05$).

Adapun perhitungan korelasi *product moment*, dengan rumus:

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

Dimana:

r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = Banyaknya sampel

X = Skor tiap item

Y = Skor total variabel

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini adalah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Misal, seorang yang telah mengisi kuesioner dimintakan mengisi lagi karena kuesioner pertama hilang. Isian dari kuesioner pertama dan kedua haruslah sama atau dianggap sama. Uji reliabilitas untuk alternatif jawaban yang lebih dari dua akan digunakan uji *Cronbach's Alpha*. Uji reliabilitas menggunakan uji *Cronbach's Alpha*.

Rumus ini ditulis seperti berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma \tau^2} \right)$$

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

σ^2 = jumlah varians butir

σ^2 = jumlah varians total

Kriteria untuk uji reliabilitas adalah menggunakan Teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha diatas 0,6 menurut Sekaran dalam Dwi Priyatno (2009:26).

3.6.2 Uji Asumsi Dasar

3.6.2.1 Uji Normalitas

Digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik non-parametrik. Uji dilakukan dengan menggunakan *One sample Kolmogrov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

3.6.2.2 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan (Dwi Priyatno, 2009:36). Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian spss dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas model, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi (Dwi Priyatno, 2009 : 39). Pada penelitian ini, untuk menghindari asumsi klasik multikolinearitas akan melihat nilai *variable inflation factor* (VIF) pada model regresi. Menurut Santoso (dalam Dwi Priyatno, 2008 : 39), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas (Dwi Priyatno, 2008:42). Untuk menguji

heterokedastisitas digunakan uji Park. Dengan kriteria pengambilan keputusan :

- a. Jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka tidak terdapat heterokedastisitas.
- b. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$, maka terdapat heterokedastisitas.

3.6.4 Analisa Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen dengan variabel dependen. (Dwi Priyatno, 2008:66)

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel dependen

X = Variabel Independen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

3.6.5 Analisa Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel independen terhadap variabel dependen (Dwi Priyatno, 2008:73).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

a = konstanta

b_1b_2 = koefisien regresi

X_1 dan X_2 = Variabel Independen

Y = Variabel Dependen

3.6.6 Uji Hipotesis

3.6.6.1 Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Dwi Priyatno, 2009 : 83).

Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

b_i = Koefisien regresi variabel

S_{b_i} = Standar error variabel

Atau dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi parsial

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah data atau kasus

Dalam penelitian tingkat signifikansi yang digunakan oleh peneliti adalah $\alpha = 5\%$ (ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian menurut Priyatno, 2009, 71).

Kriteria pengujian :

- a. H_0 diterima jika $-t_{\alpha/2} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\alpha/2}$ atau nilai signifikan > 0.05 .
- b. H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} > t_{\alpha/2}$ atau $t_{\text{hitung}} < -t_{\alpha/2}$ atau nilai signifikan < 0.05 .

3.6.6.2 Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Dwi Priyatno, 2009 : 81).

F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

Kriteria pengujian :

- a. H_0 ditolak jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05
- b. H_0 diterima jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi Koefisien ini menunjukkan seberapa besar

persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen (Priyanto, 2009:79).

$$R^2 = \frac{(ry_{x_1})^2 + (ry_{x_2})^2 - 2.(ry_{x_1}).(ry_{x_2}).(rx_1.x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

Ry_{x_1} = Korelasi sederhana antara X1 dengan Y

Ry_{x_2} = Korelasi sederhana antara X2 dengan Y

Rx_1x_2 = Korelasi sederhana antara X1 dengan X2