

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Kawasaki pada warga RW 001 Kelurahan Menteng, Jakarta Pusat sehingga didapatkan data atau fakta yang tepat (sahih, benar, valid) serta dapat dipercaya (dapat diandalkan, reliabel).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di lingkungan warga RW 001 Kelurahan Menteng, Jakarta Pusat. Tempat ini dipilih karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan, warga RW 001 yang memiliki sepeda motor Kawasaki lebih sedikit jika dibandingkan dengan merek sepeda motor lain, hal ini bisa menjadi sebuah peringatan untuk segera melakukan tindakan untuk menyelamatkan perusahaan agar mampu bersaing dengan merek lainnya. Tempat ini dipilih juga karena kesediaan ketua RW 001 untuk membantu peneliti dalam proses pengumpulan data, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian ini.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan, terhitung dari bulan Maret 2013 sampai bulan Juni 2013. Waktu ini dipilih karena dianggap sebagai waktu yang

paling efektif untuk melaksanakan penelitian. Karena peneliti tidak lagi disibukan oleh jadwal perkuliahan.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu⁶⁰. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey dengan pendekatan korelasional. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara variabel bebas (bauran pemasaran) dengan variabel terikat (keputusan pembelian konsumen).

Kerlinger mengemukakan bahwa :

Metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel.⁶¹

D. Populasi dan Teknik Sampel

Populasi menurut Sugiyono:

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 kesimpulannya⁶².

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga RW 01 Kelurahan Menteng, yang menggunakan sepeda motor Kawasaki. Sedangkan, populasi

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2002), hal.1

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2002), hal.7

⁶² Sugiyono, *Op.Cit.*, p.117

terjangkaunya adalah warga RT 09 dan RT 10, Kelurahan Menteng dengan alasan setelah dilakukan survei awal, warga RT 09 dan RT 10 Kelurahan Menteng yang paling banyak menggunakan sepeda motor Kawasaki yaitu sebanyak 40 orang.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁶³. Sampel diambil sebanyak 36 orang berdasarkan tabel Isaac & Michael penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 5%.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Teknik ini dipakai berdasarkan pertimbangan bahwa setiap unsur atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Teknik ini digunakan dengan harapan dapat terwakilinya data dari populasi tersebut.

E. Instrumen Penelitian

Penelitian ini meneliti dua variabel, yaitu bauran pemasaran sebagai variabel independen (dengan simbol X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (dengan simbol Y). Instrumen penelitian untuk mengukur kedua variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

⁶³*Ibid*, p.118

1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian merupakan pilihan konsumen dalam menentukan barang atau jasa apa yang dibutuhkan atau diinginkan melalui tahapan-tahapan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian konsumen dapat diukur dengan empat indikator. Indikator pertama adalah pengenalan masalah (sub indikator: rangsangan internal, rangsangan eksternal). Indikator kedua adalah pencarian (sub indikator: pengalaman, sumber komersil). Indikator ketiga adalah evaluasi alternatif (sub indikator: produk, harga). Indikator keempat adalah keputusan pembelian (sub indikator: keyakinan pembelian, ketepatan keputusan).

Penyusunan butir instrument diukur dengan menggunakan kuesioner yang disebar keresponden berdasarkan pengukuran model skala likert.

c. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel III.3.

Tabel III.3
Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Indikator	Sub Indikator	Nomor Item Uji		Drop	Nomor Item Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)
Pengenalan Masalah	Rangsangan Internal	1	2		1	2
Pencarian Informasi	Pengalaman	3	-		3	-
	Sumber Komersil	4	5,6		4	5, 6
Evaluasi Alternatif	Harga	10	-		10	-
	Produk	7, 9, 12	8, 11	9	7, 9	8, 11
Keputusan Pembelian	Keyakinan Pembelian	13	-		12	-
	Ketepatan Keputusan	14	15		13	14

Untuk mengisi setiap butir pertanyaan dalam instrumen penelitian dengan Model Skala Likert, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan lima alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut

Tabel III.4
Skala Penilaian untuk Instrumen Penelitian Keputusan Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu – Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan menyusun instrumen berbentuk skala likert sebanyak beberapa butir pernyataan yang mengacu pada indikator-indikator variabel keputusan pembelian seperti terlihat pada tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dan sub indikator dari variabel keputusan pembelian. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen tersebut diujicobakan kepada warga RT 06 dan RT 08 Kelurahan Menteng di Jakarta Pusat sebanyak jumlah 30 responden.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_i \cdot x_t}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum X_t)^2}} \quad 64$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X

y_t = Deviasi skor dari X_t

Dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*. Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*.

Berdasarkan perhitungan tersebut dari nomor pernyataan setelah di validasikan terdapat 1 butir yang *drop*. Selanjutnya dihitung reliabilitas terdapat butir-butir pernyataan yang dianggap valid dengan rumus *Alpha Cronbach*, yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian totalnya.

Uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right] \quad 65$$

Dimana :

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

⁶⁴ Djaali dan Pudji Muljono, *Loc.Cit.*

⁶⁵ *Ibid*, hal. 89

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 66$$

Dari hasil perhitungan, varians butir yang diperoleh sebesar 56,70.

2. Bauran Pemasaran

a. Definisi Konseptual

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah komponen atau alat dalam penyusunan strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dan untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan pasar sasarnya.

b. Definisi Operasional

Bauran pemasaran dapat diukur dengan 2P yaitu: indikator kualitas produk (*product*) dengan sub indikator kinerja, keragaman produk, kehandalan, daya tahan dan estetika; dan indikator harga (*price*) dengan sub indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk dan harga promosi.

Penyusunan butir instrument diukur dengan menggunakan kuesioner yang disebar keresponden berdasarkan pengukuran model skala likert.

⁶⁶ Husaini U dan Purnomo S, *Loc.Cit.*

c. Kisi-kisi Instrumen Bauran Pemasaran

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrument yang digunakan untuk mengukur variabel bauran pemasaran yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrument final yang digunakan untuk mengukur variabel bauran pemasaran. Dan kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrument dapat dilihat pada table III.1

Tabel III.1
Kisi-kisi Instrumen Bauran Pemasaran

Indikator	Sub Indikator	Uji Coba		Drop	Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)
Produk	Kinerja	16, 23	24	21	15, 21	22
	Keragaman Produk	17	25, 27		16	23, 25
	Kehandalan	18	-		17	-
	Daya Tahan	19, 22	-		18, 20	-
	Estetika	20, 21	26		19	24
Harga	Kesesuaian harga dengan produk	28, 29, 30	32, 33	33	26, 27, 28	30
	Harga promosi	31	-		29	-

Untuk mengisi setiap butir pertanyaan dalam instrumen penelitian dengan Model Skala Likert, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan lima alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu)

sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III.2
Skala Penilaian Instrumen Bauran Pemasaran

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu – Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Bauran Pemasaran

Proses pengembangan instrumen bauran pemasaran dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk skala Likert yang mengacu kepada indikator-indikator variabel bauran pemasaran seperti yang terlihat pada tabel III.1

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dan sub indikator dari variabel bauran pemasaran sebagaimana telah tercantum pada tabel III.1. Setelah disetujui selanjutnya instrumen diujicobakan kepada warga RT 06 dan RT 08, Kelurahan Menteng, Jakarta Pusat.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir

dengan skor total instrumen. Dengan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x \cdot x_t}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum x_t^2)}} \quad ^{67}$$

Keterangan :

r_{it} = Koefisien antara skor butir soal dengan skor total

x = Jumlah kuadrat deviasi skor dari x

x_t = Jumlah kuadrat deviasi skor dari x_t

Dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*. Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus *drop*.

Berdasarkan perhitungan tersebut dari nomor pernyataan setelah di validitaskan terdapat 2 butir yang *drop*, sehingga pernyataan yang valid dapat digunakan sebanyak 16 butir pernyataan. Selanjutnya dihitung reliabilitasnya terdapat butir-butir pernyataan yang dianggap valid dengan rumus *Alpha Cronbach*, yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*:⁶⁸

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

⁶⁷Suharsimi Arikunto. 2002. *Dasar-dasar evaluasi pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, hal.109

⁶⁸Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* (Yogyakarta : Gajah Mada University Pers, 2004), hal. 350

Keterangan :

r_{ii}	=	Reliabilitas instrumen
k	=	Banyak butir pernyataan (yang valid)
$\sum S_i^2$	=	Jumlah varians skor butir
S_t^2	=	Varians skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$S_i^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n} \quad 69$$

Dari hasil perhitungan, varians butir yang diperoleh sebesar 78,64.

F. Konstelasi Hubungan antara Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X (Bauran Pemasaran) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian). Maka konstelasi hubungan antara variabel X dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel Bebas (**X**) : Bauran Pemasaran

Variabel Terikat (**Y**) : Keputusan Pembelian

\longrightarrow : Arah Hubungan

⁶⁹Ibid, hal. 350

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan uji regresi dan korelasi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mencari Persamaan Regresi: $\hat{Y} = a + bX$

Mencari persamaan regresi dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + bX \quad 70$$

Keterangan:

\hat{Y} : Variabel terikat

X : Variabel bebas

a : nilai intercept (konstan)

b : koefisien regresi (slop)

Dimana Koefisien a dan b dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} \quad 71 \qquad a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

2. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji Liliefors, pada taraf signifikan (α) = 0,05.

⁷⁰ Sudjana, *Metoda Statistik* (Bandung :PT Tarsito, 2001), hal. 312

⁷¹ *Ibid*, hal. 315

Dengan hipotesis statistik:

H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal

H_1 : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian:

Jika $L_{tabel} > L_{hitung}$, maka terima H_0 , berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas Regresi

Uji linieritas regresi ini dilakukan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh merupakan bentuk linear atau tidak linier.

Dengan hipotesis statistika:

H_0 : $Y = \alpha + \beta X$

H_1 : $Y \neq \alpha + \beta X$

Kriteria pengujian:

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka persamaan regresi dinyatakan linier

Untuk mengetahui keberartian dan linearitas persamaan regresi di atas digunakan tabel ANAVA pada tabel III.5 berikut ini:⁷²

⁷² *Ibid*, hal. 332

Tabel III.5
DAFTAR ANALISIS VARIANS
UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN LINEARITAS REGRESI

Sumber Varians	Derajat Bebas (db)	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-Rata Jumlah Kuadrat (RJK)	Fhitung (Fo)	Ftabel (Ft)
Total (T)	N	ΣY^2	-	-	-
Regresi (a)	L	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$	-	-	-
Regresi (b/a)	L	$b(\Sigma xy)$	$\frac{JK(b)}{db(b)}$	$\frac{RJK(b)}{RJK(s)}$	$F_o > F_t$ Maka regresi berarti
Sisa (s)	$n - 2$	$JK(T) - JK(a) - JK(b/a)$	$\frac{JK(s)}{db(s)}$	-	-
Tuna Cocok (TC)	$k - 2$	$JK(s) - JK(G)$	$\frac{JK(TC)}{db(TC)}$	$\frac{RJK(TC)}{RJK(G)}$	$F_o < F_t$ Maka regresi linier
Galat (G)	$n - k$	$JK(G) = \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$	$\frac{JK(G)}{db(G)}$	-	-

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti

ns) persamaan regresi linier/*not significant*

3. Uji Hipotesis

a. Uji Keberartian Regresi

Uji keberartian regresi ini digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berarti atau tidak berarti, dengan kriteria pengujian bahwa regresi sangat berarti apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Dengan hipotesis statistik :

$$H_0 : \beta \leq 0$$

$$H_1 : \beta > 0$$

Kriteria Pengujian :

Regresi dinyatakan positif signifikan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel X terhadap variabel Y (besar kecilnya pengaruh antara kedua variabel), maka menghitung r_{xy} dapat menggunakan rumus r_{xy} *Product Moment* dan Karl Pearson, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{\sum XY}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum Y)^2}}$$

Dimana:

r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan

n = Sampel

$\sum XY$ = Jumlah perkalian x dan y

$\sum x$ = Jumlah skor dalam sebaran X

c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Untuk mengetahui keberartian pengaruh antara kedua variabel digunakan uji-t, dengan rumus sebagai berikut:⁷³

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana:

- t_{hitung} = Skor signifikan koefisien korelasi
- r_{xy} = Koefisien korelasi product moment
- n = Banyaknya sampel/data

Hipotesis statistik:

$$H_0 : \rho \leq 0$$

$$H_1 : \rho > 0$$

Dengan kriteria pengujian:

Koefisien korelasi dinyatakan signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Koefisien korelasi dilakukan pada taraf signifikan ($\alpha=0,05$) dengan derajat kebebasan $(dk)=n-2$.

d. Perhitungan Koefisien Determinasi

Selanjutnya dilakukan perhitungan koefisien determinasi (penentu) yaitu untuk mengetahui persentase besarnya variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X dengan menggunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

⁷³ *Ibid*, hal. 377

$$KD = r_{xy}^2$$

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*