

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Analisis kuantitatif adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis yang digunakan adalah asosiatif dengan bentuk hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi, disini ada variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) dan dalam penelitian ini akan melihat pengaruh atribut produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung

3.2 Sumber Data

Sumber data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari lapangan atau yang diperoleh dari responden yaitu seluruh konsumen yang membeli Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuisisioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai didalam penelitian ini adalah metode survei yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan sejumlah besar data berupa variabel, unit atau individu dalam waktu yang bersamaan, data dikumpulkan melalui individu atau sampel fisik tertentu dengan tujuan agar dapat menggeneralisasikan terhadap apa yang diteliti. Variabel yang

dikumpulkan dapat bersifat fisik maupun sosial sehingga penelitian dapat memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan tertulis secara tertutup kepada responden yaitu seluruh konsumen yang membeli Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah interval. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

Tabel 3.1 Skala Pengukuran

SS	Sanga Setuju	Skor 5
S	Setuju	Skor 4
CS	Cukup Setuju	Skor 3
TS	Tidak Setuju	Skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sumber: Sugiyono (2015)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang di terapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh seluruh yaitu seluruh konsumen yang membeli Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung sebanyak 1.087

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sample diambil dari populasi yaitu sebagian konsumen yang membeli Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung. Metode penarikan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana

pengambilan sample berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1.	Berusia minimal 20 tahun baik untuk laki-laki maupun perempuan.
2.	Sudah Bekerja
3	Konsumen yang membeli Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung secara kredit atau cash

Sumber : Data Diolah, 2020

Sample dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Pada penelitian ini populasi yang diambil menggunakan rumusan penentuan yang dinyatakan oleh slovin dengan batasan kesalahan 10% rumus perhitungan ukuran sample adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen ketidak telitian yang masih dapat ditolelir sebesar 1-15%,

Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah:

$$= \frac{1.087}{1 + (1.087).(0,10)^2} = \frac{1.087}{11,87} = 91,57 \text{ minimal } 100 \text{ responden}$$

3.5 Variabel Penelitian

1. Variabel Penelitian Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel stimulus, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah atribut produk dan gaya hidup

2. Variabel Penelitian Dependen

Variabel dependent (terikat) merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah keputusan pembelian

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Atribut Produk	Beyhaki (2017) menyatakan bahwa atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian	Atribut produk yang baik akan dapat membuat konsumen percaya dengan produk yang akan dibeli	6. Kualitas Produk 7. Fitur produk. 8. Desain Menurut : Beyhaki (2017)	Interval
Gaya Hidup	Fitriana (2019) menyatakan bahwa gaya hidup yaitu bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka, gaya hidupnya dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut	Gaya hidup sering kali digambarkan dengan aktivitas, minat dan opini dari seseorang dalam membeli produk	✓ <i>Activities</i> ✓ <i>Interest</i> ✓ <i>Opinion</i> Menurut : Alsabiyah (2019)	Interval

Keputusan Pembelian	Kotler dan Keller (2016) keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana konsumen menganggap harga dan berapa harga aktual saat ini yang mereka pertimbangkan, bukan harga yang dinyatakan pemasar. Dengan demikian kualitas produk yang baik, harga yang sesuai, dan kepercayaan yang tinggi dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan proses keputusan pembelian	Perilaku atau tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli sebuah produk	<p>3 Konsumen memiliki kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan..</p> <p>4 Konsumen mengumpulkan informasi mengenai kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan</p> <p>5 Konsumen memilih perusahaan dibanding pesaing</p> <p>6 Konsumen memutuskan membeli produk yang disediakan oleh perusahaan</p> <p>7 Konsumen merasa puas setelah membeli produk perusahaan</p> <p>Menurut : Kotler dan Keller (2016)</p>	Interval
---------------------	--	---	---	----------

Sumber : Data Diolah, 2020

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji kelayakan instrumen, dalam pengujian validitas instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Instrumen dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi \geq dari 95% atau $\alpha = 0,05$.

6. Prosedur pengujian :

Ho : Instrumen valid

Ha : Instrumen tidak valid

7. Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka instrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka instrumen dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.4 Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	SangatTinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	SangatRendah

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sample yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sample bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS 20.

Prosedur Pengujian.

7. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

H₁ : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

8. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila Sig < 0.05 maka Ho ditolak (distribusi sample tidak normal)

Apabila Sig > 0.05 maka Ho diterima (distribusi sample normal)

3.8.2 Uji Linearitas Sampel

Uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS 20 dengan melihat table Anova atau sering disebut *Test for Linearity*.

Prosedur Pengujian

1.5.4 Rumusan Hipotesis

Ho = Model regresi berbentuk linear.

H₁ = Model regresi tidak berbentuk linear.

1.5.5 Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 maka Ho diterima.

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka Ho ditolak

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu atribut produk dan gaya hidup yang mempengaruhi variabel keputusan pembelian maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (keputusan pembelian)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

β = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X₁ = Variabel independen (atribut produk)

X₂ = Variabel independen (gaya hidup)

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Ho: atribut produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung

Ha: atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung

Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

- c. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
- d. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima
- e. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

H_0 : gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung

Ha: gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung

Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

3. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
4. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima
5. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian

H_0 : atribut produk dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung

Ha: atribut produk dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi Pajero Sport di Bandar Lampung

Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak
2. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis