

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *deskriptif dan verifikatif*. Penelitian *deskriptif* adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Sedangkan *verifikatif* pada dasarnya untuk menguji teori dengan menggunakan hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistika yang digunakan untuk menguji variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian asosiatif atau penelitian berdasarkan hubungan yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih, dan penelitian ini mempunyai hubungan kasual (sebab-akibat), antara Kelompok Acuan dan Word Of Mouth terhadap keputusan pembelian konsumen atas kendaraan Great New Xenia pada PT. Astra International Daihatsu Bandar Lampung.

1.2 Sumber Data

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Dalam hal ini data yang didapat berupa wawancara dan jawaban kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang telah melakukan pembelian kendaraan Great New Xenia di Pt.Astra Daihatsu Bandar Lampung.

Untuk menyaring dan mengetahui data yang akan diambil dari variabel Kelompok Acuan, Word Of Mouth, dan keputusan pembelian maka disediakan lima alternatif jawaban dengan masing-masing skor sebagai berikut:

1. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor = 5
2. Jawaban Setuju (S) diberi skor = 4
3. Jawaban Kurang Setuju (KS) diberi skor = 3
4. Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor = 2
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor = 1

1.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa metode pengumpulan data antara lain yaitu:

Pengumpulan Data Lapangan (*Field Research*)

Metode ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan. Penelitian ini untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian tersebut yang diperoleh dari data kuesioner. Pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik ini dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan dan pernyataan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada pengguna kendaraan roda empat Great New Xenia di Bandar Lampung sebagai sampel penelitian.

1.4 Populasi dan Sampel

1.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Wilayah tersebut terdiri dari makhluk hidup yang ada didalamnya. Manusia bisa digolongkan menjadi populasi karena manusia memiliki berbagai karakteristik, seperti gaya bicara, disiplin, pribadi, hobi, dan lain sebagainya.

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini mengambil tiga karakteristik yaitu :

1. Berdasarkan umur.
2. Jenis kelamin
3. Pekerjaan.

Tentunya masyarakat yang telah melakukan pembelian kendaraan Daihatsu Great New Xenia di PT. Astra International Daihatsu Lampung untuk periode tahun 2018. Berdasarkan data penjualan Pt. Astra Daihatsu Lampung untuk periode tahun 2018 Populasi dalam penelitian ini di temukan sebanyak 306 Unit.

1.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono, sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari konsumen yang telah membeli kendaraan Daihatsu Great New Xenia periode tahun 2018

Dari keterangan populasi yang telah ditentukan di atas, maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar dalam artian sampel tersebut harus mewakili dari populasi tersebut.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik *accidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai

sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan rumus *Slovin*, yaitu:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel.

N = Ukuran populasi.

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalah pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Berdasarkan rumus di atas ukuran sampel dalam penelitian ini adalah:

Daihatsu Great New Xenia

$$n = \frac{306}{1 + (306) \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{306}{1 + (306 \cdot 0,01)}$$

$$n = \frac{306}{1 + 3,06}$$

$$n = \frac{306}{4,06}$$

$$n = 75,369 \text{ pembulatan}$$

menjadi 75 responden

Dari hasil perhitungan di atas, di ketahui jumlah n sebanyak 75 responden. Berdasarkan hasil tersebut, peneliti menyebar kusioner kepada 75 responden

yang di anggap memenuhi karakteristik untuk dapat dijadikan responden dalam penelitian.

1.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik suatu kesimpulan.

1. Variabel Independen

Variabel (X) atau independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah Kelompok Acuan (X1) dan Word Of Mouth (X2).

2. Variabel Dependen

Variabel (Y) atau dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

1.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Variabel-variabel yang diteliti sehubungan dengan Kelompok Acuan dan Word Of Mouth, terhadap keputusan pembelian konsumen atas kendaraan Daihatsu Geat New Xenia di Pt. Astra International Daihatsu Lampung. Definisi operasioanl variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini:

TABEL 3.1 DEFINISI DAN OPERASIONAL VARIABEL

Variabel Penelitian	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kelompok Acuan (X1)	Kelompok acuan merupakan seseorang yang memiliki pengaruh secara langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kotler (2004:187)	orang terdekat yang mempengaruhi dalam pembelian kendaraan Daihatsu Great New Xenia di Bandar Lampung	1. Pengetahuan kelompok acuan mengenai produk 2. Kredibilitas dari kelompok acuan 3. Pengalaman dari kelompok acuan 4. Keaktifan Kelompok acuan 5. Daya tarik kelompok acuan Engel, Blackwell, dan Miniard (1995)	Likert
Word Of Mouth (WOM) (X2)	Kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang, baik secara lisan maupun alat komunikasi elektronik yang berhubungan dengan pengalaman pembelian jasa atau pengalaman menggunakan produk atau jasa (Kotler & Keller 2001)	Kegiatan pemasaran yang dilakukan baik secara lisan maupun alat komunikasi elektronik oleh konsumen Daihatsu Great New Xenia	1. WOM Intensity 2. Positive Valance WOM 3. Negative Valance WOM 4. WOM content	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk (Kotler 2002)	Pembelian yang dilakukan konsumen Daihatsu Great New Xenia di Pt. Astra Daihatsu Lampung	1. Keputusan pemilihan produk 2. Keputusan pemilihan merek 3. Keputusan pemilihan dealer 4. Saat yang tepat melakukan pembelian 5. Jumlah pembelian Kotler dan Keller (2007)	Likert

Berikut skor yang diberikan dalam setiap jawaban item instrument sebagai berikut:

SS	= Sangat Setuju	diberi skor 5
S	= Setuju	diberi skor 4
KS	= Kurang Setuju	diberi skor 3
TS	= Tidak Setuju	diberi skor 2
STS	= Sangat Tidak Setuju	diberi skor 1

1.7 Uji Persyaratan Instrumen

1.7.1 Uji Validitas

Uji validitas (uji kesahihan) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah / valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghazali, 2011:52). Dalam melakukan pengujian validitas, penulis menggunakan alat ukur berupa program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) 20.0 dalam uji validitas dalam penelitian ini, dengan jumlah responden sebanyak 75 orang.

Kriteria pengujian :

Apabila r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka kuesioner tidak valid.

1.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kusioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kusioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghazali, 2011:47).

Hasil penelitin 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 dengan uji validitas. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat

ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) 20.0. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi :

Tabel 3.2
Interprestasi Nilai r Alpha indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat Rendah

1.8 Uji Persyaratan Analisis Data

1.8.1 Uji Normalitas

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji normalitas. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau sebaliknya. Alat uji yang digunakan adalah model *kolmogorov smirnov* hasil ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

1. Rumusan hipotesis :

Ho : Data diambil dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data diambil dari populasi berdistribusi tidak normal

2. Kriteria pengambilan keputusan :

Apabila $\text{sig} < 0.05$ maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila $\text{sig} > 0.05$ maka Ho diterima (distribusi sampel normal)

3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) 20.0.
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan perhitungan angka sig untuk variabel X pada uji *kolmogorov smirnov (SK)* maka distribusi data variabel Y normal ataupun tidak normal.

1.8.2 Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data atau sampel yang diambil berasal dari varian yang homogen atau tidak. Pada dasarnya uji homogenitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variansi yang sama. Penulis menggunakan SPSS 20.0 dalam pengujian homogenitas pada penelitian ini.

Kriteria dilakukan dengan cara :

1. Membuat Hipotesis

Ho : Data bervariasi homogen

Ha : Data bervariasi tidak homogen

2. Menentukan nilai probabilitas (sig) pada nilai sebesar 0,05 (5%)

Jika nilai sig < (0,05) maka Ho ditolak

Jika nilai sig > (0,05) maka Ho diterima

3. Untuk uji Homogenitas menggunakan program SPSS 20.0.

4. Menentukan kesimpulan dengan membandingkan probabilitas dengan hipotesis.

1.8.3 Uji Linieritas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat, atau kubik. Dengan uji linieritas akan di

peroleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat, atau kubik ada beberapa uji linieritas yang dapat dilakukan salah satunya dengan *compare means*.

1. Rumusan hipotesis :

Ho: model regresi berbentuk linier

Ha: model regresi tidak berbentuk linier

2. Kriteria pengambilan keputusan:

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

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

3. Pengujian linearitas dilakukan melalui program *SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20.0)*.

4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) > 0.05 atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier.

1.8.4 Uji Multikolinearitas Sampel

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antar sesama variabel independen. Untuk pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan antara koefisien determinasi simultan dengan determinasi antar variabel.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai VIF < 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas

2. Jika nilai tolerance < 0,1 maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai tolerance > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas

3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program *SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20.0)*.

3.9 Metode Analisis Data

Menurut Ardhana¹² (dalam Lexy J. Moleong 2002: 103) menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis data pada penelitian tim peneliti adalah *statistik inferensial* yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi.

Regresi Linier Berganda

Menurut Syofian Siregar (2014, p.405) suatu alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan dimasa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*). Penerapan metode regresi linier berganda jumlah variabel bebas (*independent*) yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tak bebas (*dependent*). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: Kelompok Acuan (X_1), Word Of Mouth (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20.0.

Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

- Y = Variabel Terikat atau Keputusan Pembelian
- X = Variabel Bebas atau Kelompok Acuan, dan Word Of Mouth
- a = Konstanta

- b = Koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel independen dan bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

Kriteria dilakukan dengan cara :

1. Membandingkan nilai F hitung dengan F tabel
 - a. Jika nilai $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$, artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai $F_{hitung} < \text{nilai } F_{tabel}$, artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

2. Membandingkan nilai signifikansi dengan probabilitas 0.05
 - a. Jika nilai signifikansi $> \text{probabilitas } 0.05$ artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai signifikansi $< \text{probabilitas } 0.05$ artinya variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

3. Pengujian Regresi Linier Berganda dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).

4. Menentukan kesimpulan dengan membandingkan probabilitas dengan hipotesis.

3.10 Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial) Keputusan Pembelian Daihatsu Great New Xenia

1. Pengaruh Kelompok Acuan (X_1) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) Daihatsu Great New Xenia

$H_0 =$ Kelompok Acuan (X_1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pengguna kendaraan Great New Xenia pada PT. Astra International Daihatsu Bandar Lampung.

Ha = Kelompok Acuan (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) kendaraan Great New Xenia pada PT. Astra International Daihatsu Bandar Lampung.

2. Pengaruh Word Of Mouth (X_2) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) Daihatsu Great New Xenia

Ho = Word Of Mouth (X_2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) kendaraan Great New Xenia pada PT. Astra International Daihatsu Bandar Lampung.

Ha = Word Of Mouth (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) kendaraan Great New Xenia pada PT. Astra International Daihatsu Bandar Lampung.

3. Pengaruh Kelompok Acuan (X_1) dan Word Of Mouth (X_2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Daihatsu Great New Xenia

Ho = Kelompok Acuan (X_1) dan Word Of Mouth (X_2) tidak berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) kendaraan Great New Xenia pada PT. Astra International Daihatsu Bandar Lampung.

Ha = Kelompok Acuan (X_1) dan Word Of Mouth (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) kendaraan Great New Xenia pada PT. Astra International Daihatsu Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima