BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2016, h.8) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian menurut Sugiyono (2016, h.2) adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, serta penelitian harus memenuhi tiga syarat keilmuan yaitu *rasional, empiris*, dan *sistematis*. Dalam hal ini penelitian menggunakan metode *asosiatif* yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel yang dihubungkan. Metode *asosiatif* merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab-akibat antara satu *variabel independen* (variabel bebas) yaitu Harga (X1) Pesan Iklan (X2) dengan *variabel dependen* (variabel terikat) yaitu keputusan pembelian (Y).

3.2 Sumber Data

3.2.1 Data Primer *(primary data)*

Data yang berasal dari sumber asli atau pertama dan tidak tersedia dalam bentuk *file*. Data ini harus dicari melalui nara sumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sarana untuk mendapatkan informasi ataupun data. Data primer dalam penelitian ini adalah biodata, umur dan tanggapan responden mengenai harga dan pesan iklan terhadap keputusan pembelian.

3.2.2 Data Sekunder *(secondary data)*

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelejari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku serta dokumen-dokumen perusahaan. Data sekunder dalam hal ini adalah daftar harga sepeda motor dan data penjualan motor Honda Beat di Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data yaitu :

3.3.1 Angket (kuesioner)

Menurut Sugiyono (2016, p. 142) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Dalam penelitian ini, metode yang dipergunakan adalah metode survey melalui angket, yaitu penelitian yang menggunakan metode pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang memuat daftar pertanyaan tentang permasalahan yang sedang diteliti dan meminta kesediaan responden untuk menjawab daftar pertanyaan tersebut.

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data, pengumpulan data berdasarkan komunikasi langsung antara peneliti dengan responden yang atau konsumen pengguna produk motor Honda Beat di Bandar Lampung. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert (1,2,3,4,5). Dalam skala likert, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pilihan dimana setiap item pernyataan disediakan 5 jawaban.

Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

1. SS = Sangat Setuju Skor 5
2. S = Setuju Skor 4

3.	RG	= Ragu-ragu	Skor 3
4.	TS	= Tidak Setuju	Skor 2
5.	STS	= Sangat Tidak Setuju	Skor 1

3.4Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen motor Honda Beat di Bandar Lampung dari tahun 2011 sampai 2016 yang berjumlah 7275 orang.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dengan meneliti sebagian dari populasi, penelitian mengharapkan bahwa hasil yang didapat menggambarkan sifat dari populasi yang diteliti. Pengambilan sampel dipakai dalam penelitian ini menggunakan metode *non probabillity sampling* merupakan metode yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik yang digunakan *purposive sampling* artinya teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan kriteria-kriteria tertentu, dimana kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pada motor Honda Beat di Bandar Lampung. Kriteria responden yang dipilih adalah konsumen yang langsung membeli motor Honda Beat tinggal di bandar lampung dan sudah menoton iklan motor Honda Beat All New Honda Beat yang dibintangi oleh (Al Ghazali dan JKT-48), membeli motor Honda Beat.

Agar diperoleh jumlah sampel yang diperoleh representative, peneliti menggunakan Rumus *slovin* yaitu sebagai berikut.

Rumus :

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan (error tolerance) 10%.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah pembeli motor Honda Beat diBandar Lampung dari tahun 2011- 2016 yaitu sebanyak 7.275 motor. Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel yang harus diambil adalah sebesar:

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

$$= \frac{7.275}{1 + 7.275(0,1)^2}$$

$$= \frac{7.275}{73,75}$$

= 98, 64 dibulatkan menjadi 99.

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 99 responden.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016, h.38). Variabel penelitian terdiri atas dua macam, yaitu : variabel terikat (*dependent variable*)

atau variabel yang tergantung pada variebel lainnya, dan variabel bebas (*independent variable*) atau variabel yang tidak bergantung pada variabel lainnya.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel tidak terikat (*independent variable*)

   Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), (Sugiyono, 2016, h.39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Harga (X_1) dan Pesan Iklan(X_2)

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

   Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, (Sugiyono, 2016, h.39). Variabel independen adalah : keputusan pembelian (Y)

3.6 Definisi Operasional variabel

Definisi operasional variable bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang di teliti. Unsur peneliti yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel, dengan kata lain, definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu varibel.

Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi :

Variabel	Defenisi Konsep	Definisi Operational	Indikator	Skala
Harga (X1)	Menurut Dr. Sudaryono (2016:216) harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau	Nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang untuk mendapatkan manfaat yang diperoleh dari produk Honda Beat.	1.Harga yang sesuai dengan manfaat 2.Persepsi harga dan manfaat 3.Harga barang terjangkau 4. Persaingan harga 5. Kesesuaian	Interval

	kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.		harga dengan kualitasnya	
Pesan Iklan (X 2)	Menurut Menurut Bovee dalam Syam (2004) pesan iklan adalah ide atau berita yang di komunikasikan atau yang disampaikan kepada *audience* melalui media iklan.	Sebuah ide atau berita yang dikemas dalam sebuah iklan dan disampaikan kepada konsumen motor Honda Beat.	1. Mudah dimengerti 2. Mudah diingat 3. Berkaitan dengan produk 4. Pesan moral 5. Menarik perhatian	Interval
Keputusan pembelian (Y)	Menurut Djatnika (2007 :17) adalah suatu proses psikologi yang dilalui oleh konsumen yang diawali dari tahap perhatian terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.	Proses psikologi yang dilakukan konsumen dengan tahap perhatian terhadap produk motor Honda Beat yang ditawarkan.	1. Keputusan terhadap produk yang berkualitas 2. Keputusan terhadap harga yang diberikan 3. Keputusan terhadap layanan yang diberikan	Interval

Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016:267) validitas adalah derajad ketepatan antara data yang terjadi pada obyek dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Sesuatu *instrument* yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi.

Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuisioner yang langsung diberikan kepada konsumen motor Honda Beat di Bandar Lampung.

Uji validitas dalam penelitian ini, menggunakn *product moment* pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.0.

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

n = Jumlah Sampel

X = Skor Variabel X

Y = Skor Variabel Y

Kriteria uji validitas instrumen ini adalah :

1. Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka Ho ditolak Ha diterima.
2. Tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka Ho diterima Ha ditolak.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Pada penelitian ini untuk mencari reliabilitas instrumen menggunakan rumus alpha **α**, karena instrumen dalam penelitian ini berbentuk angket atau daftar pertanyaan yang skornya merupakan rentangan antara 1-5 dan uji validitas menggunakan item total, dimana untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian maka menggunakan rumus alpha **α:**

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan tekhnik Formula Alpha Cronbach dan dengan menggunakan program SPSS 16.0 for windows.

Rumus :

$$\boldsymbol{\alpha} = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum S^2 j}{S^2 x}\right)$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

Sj = varians responden untuk item I

Sx = jumlah varians skor total

Prosedur pengujian:

1. Tabel interprestasi nilai r *Korelasi Product Moment*

0,8000-1,0000	Sangat tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Cukup
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat rendah

2. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui prosgram SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 16.0*).

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1Uji Normalitas Sampel

Uji normalitas sampel untuk menguji apakah kita menggunakan data n sampel yang diambil dari sejumlah populasi terlebih dahulu perlu diuji kenormalitasan sampel tersebut dengan tujuan apakah jumlah sampel tersebut sudah representatif atau belum sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal atau sebaliknya. Uji normalitas sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan uji *Non parametrik one sample Kolmogorov Smirnov* (*KS*).

Prosedur Pengujian :

1. Ho: Data berasal dari populasi berdistribusi normal
   Ha: Data dari populasi yang tidak berdistribusi normal
2. Apabila (*Sig*)> 0,05 maka Ho diterima (Normal)
   Apabila (*Sig)*< 0,05 maka Ho ditolak (Tidak Normal)
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 16.0*).
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan perhitungan angka sig untuk variabel x pada uji *Kolmogorov Smirnov* (*KS*) maka distribusi data variabel Y normal ataupun tidak normal.

3.8.2 Uji Homogenitas Sampel

Uji homogenitas sampel adalah untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi itu sebenarnya homogen atau tidak. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji test *homogenity of variances.*

Prosedur pengujian :

1. Ho : Varians populasi adalah homogen.
   Ha : Varians populasi aadalah tidak homogen.
2. Jika probabilitas *(sig)*> 0,05 maka Ho diterima (Homogen)
   Jika probabilitas *(sig)*< 0,05 maka Ho ditolak (Tidak Homogen)

3. Pengujian homogenitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 16.0*).
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X homogen atau tidak homogen.

3.8.3 Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Ada beberapa uji linieritas yang dapat dilakukan salah satunya dengan *Kompare Means.*

Prosedur pengujian :

1. Rumusan hipotesis.

   Ho : Model regresi berbentuk linier.

   Ha : Model regresi tidak berbentuk linier.
2. Kriteria pengambilan keputusan.

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

   Jika probabilitas *(sig)*< 0,05 maka Ho ditolak.
3. Pengujian LINIERITAS sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 16.0*).
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.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1Uji Regresi Linier Berganda

Persamaan regeresi berganda mengandung makna bahwa dalam suatu persamaan regeresi terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen.

Sedangkan rumus yang digunakan adalah:

$Y = a + b1X1 + b2X2 + et$

Dimana :

Y = Nilai estimasi Y atau keputusan pembelian (Y)

a = Konstanta

X1= Nilai variabel independen harga (X1)

X2= Nilai variabel independen Iklan (X2)

b1b2= Koefisien regresi X1X2

et = Eror term

3.10Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent.

Prosedur pengujiannya sebagai berikut :

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X1) dan Pesan Iklan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk motor matic Honda Beat di Bandar Lampung.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X1) dan Pesan Iklan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada motor matic Honda Beat di Bandar Lampung.

Kriteria pengambilan keputusan :

Jika F hitung > F tabel (sig<0,05) : maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika F hitung < F tabel (sig>0,05) : maka Ho diterima Ha ditolak.

3.10.2 Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing- masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual atau dengan kata lain menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas secara parsial dalam menerangkan variabel terikat. Dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel dengan tingkat kepercayaan 95% α=0,05.

Prosedur pengujiannya sebagai berikut :

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara harga (X1) dan Pesan Iklan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk motor matic Honda Beat di Bandar Lampung.

Ha : Ada pengaruh secara parsial antara harga (X1) dan Pesan Iklan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk motor matic Honda Beat di Bandar Lampung.

Kriteria pengambilan keputusan :

Jika t hitung > t tabel (sig<0,05) : maka Ho diterima.

Jika t hitung < t tabel (sig>0,05) : maka Ho ditolak.