

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:14) Metode Penelitian Kuantitatif adalah sebagai metode penelitian yang diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah menggunakan metode asosiatif yang bentuk penelitian dengan menggunakan tiga variabel yang dihubungkan. Metode asosiatif merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara satu variabel independen (variabel bebas) yaitu kualitas produk (X1), dan persepsi konsumen (X2) dengan satu variabel dependen (variabel terikat) yaitu keputusan pembelian (Y).

3.2 Sumber Data

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Yang merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder, adalah:

3.2.1 Data Primer

Data primer menurut Sanusi (2014:78) adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti.

Sedangkan data primer menurut Sugiyono (2008:129) adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden, yaitu masyarakat yang menggunakan mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.

Tujuan utama dalam pembuatan kuesioner adalah memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survey dan memperoleh informasi dengan reabilitas dan validitas setinggi mungkin. Kuesioner tepat digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang cukup luas.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden, yaitu masyarakat provinsi Lampung yang berpotensi dapat melakukan pembelian mobil. Didasarkan

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2008:129) adalah data yang umumnya berupa bukti atau catatan secara historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan.

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung bagi peneliti dari organisasi atau perorangan. Yang bertujuan untuk mengetahui konsep-konsep yang berkaitan dan mendukung penelitian.

Data sekunder yang didapatkan dari penelitian ini diperoleh dari berbagai pihak, antara lain:

- a. Data perusahaan yang bersangkutan yaitu CV. Sandjungan Trading Coy, dapat pula diperoleh dengan menghubungi PT. General Motors Indonesia selaku Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) mobil Chevrolet di Indonesia.

- b. Dari website-website otomotif yang menerangkan tentang bagaimana tingkat penjualan mobil di seluruh provinsi Lampung atau bahkan di Indonesia.
- c. Literatur atau buku-buku yang mendukung penelitian yang dilakukan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Wawancara

Wawancara menurut Sugiyono (2008:194) digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Wawancara yang dilakukan secara langsung kepada pengguna mobil Chevrolet di Bandar Lampung yang sudah melakukan pembelian dan menggunakan mobil Chevrolet. Bagaimana kualitas produk dan persepsi mereka selama menggunakan mobil Chevrolet dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

3.3.2 Kuesioner

Kuesioner menurut Sugiyono (2008:195) adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, ditujukan langsung terhadap responden yang telah ditentukan sebagai sampel penelitian. Merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti atau dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden yang memiliki dan menggunakan mobil Chevrolet di Provinsi Lampung dengan mengisi dan mengikuti panduan yang ada di kuesioner.

Dalam penelitian ini digunakan Instrument Skala Likert. Skala Likert Menurut Sugiyono (2016:134) adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang

suatu fenomena sosial, untuk menyaring data dan disediakan lima alternatif jawaban dengan masing-masing skor sebagai berikut:

(Tabel 3.1 Instrument Skala Likert)

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2008)

1. SS = Sangat Setuju Skor 5
2. S = Setuju Skor 4
3. KS = Kurang Setuju Skor 3
4. TS = Tidak Setuju Skor 2
5. STS = Sangat Tidak Setuju Skor 1

1.4 Populasi dan Sampel

1.4.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2008:78) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah masyarakat provinsi Lampung yang mempunyai mobil Chevrolet di Provinsi Lampung yaitu berjumlah 401 orang. Jumlah tersebut didapat berdasarkan data penjualan mobil dari tahun 2013 s/d tahun 2017 di dealer Chevrolet Lampung yaitu CV. Sandjungan Trading Coy Bandar Lampung.

1.4.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2008:73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi dalam penelitian ini penentuan besarnya sampel menggunakan rumus penentuan ukuran sampel yang dinyatakan oleh Slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Nex^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian yang masih dapat ditolelir sebesar 1 – 15%.

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya sampel yang harus di ambil adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{401}{1 + 401 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{401}{1 + 401(0,01)}$$

$$n = \frac{401}{1 + 4,01}$$

$$n = \frac{401}{5,01}$$

n = 80,3 atau dibulatkan menjadi 80 orang responden.

Berdasarkan perhitungan slovin di atas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 80 sampel dari 401 orang (jumlah penjualan mobil Chevrolet dari tahun 2013 s/d 2017).

1.4.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan Non Probability Sampling, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Dengan cara Purpose sampling yaitu dengan kriteria konsumen yang membeli mobil Chevrolet dalam kurun waktu 5 (lima) tahun yakni dari tahun 2013 s/d tahun 2017.

1.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:58) menyatakan bahwa variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

3.5.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Dr. Ir.Mashyuri, MP dan Drs. M. Zainudin, M.A (2008:16) Variabel bebas atau independen variable adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif atau negative. Yaitu jika terdapat variabel bebas, variabel terikat juga hadir dan dengan setiap unit kenaikan dalam variabel bebas, terdapat pula kenaikan atau penurunan terhadap variabel terikat. Dengan kata lain, varians dalam variabel terikat disebabkan oleh variabel bebas. untuk menemukan bahwa perubahan dalam variabel terikat disebabkan perubahan dalam variabel terikat, semua empat kondisi berikut harus terpenuhi.

1. Variabel bebas dan variabel terikat harus berubah bersama-sama: dengan kata lain perubahan dalam variabel terikat harus dihubungkan dengan variabel bebas.

2. Variabel bebas (factor kausal yang diyakini) harus mendahului variabel terikat. Dengan kata lain harus terdapat urutan waktu ketika keduanya terjadi: penyebab harus terjadi sebelum akibat (pengaruh).
3. Seharusnya tidak ada factor lain menjadi kemungkinan penyebab perubahan dalam variabel terikat. Sehingga peneliti harus mengendalikan pengaruh dari variabel lain.
4. Penjelasan yang logis (teori) diperlukan dan harus menjelaskan mengapa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

Variabel bebas pada penelitian ini adalah (Independent Variable) yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan persepsi konsumen (X3)

3.5.2 Variabel Terikat (*Dependent variable*)

Menurut Dr. Ir.Mashyuri, MP dan Drs. M. Zainudin, M.A (2008, Metodologi Penelitian) Variabel terikat atau dependent variable adalah merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Tujuan peneliti adalah untuk memahami dan mendeskripsikan variabel terikat, atau menjelaskan variabilitasnya, atau memprediksinya. Dengan kata lain variabel terikat adalah merupakan variabel utama yang sesuai dalam investigasi. Melalui analisis variabel terikat (misalnya, menemukan apakah variabel yang mempengaruhinya), maka terdapat kemungkinan untuk menemukan jawaban atau solusi untuk masalah tersebut. Untuk tujuan ini peneliti akan tertarik untuk menguantifikasi dan mengukur variabel terikat, sama seperti variabel lain yang mempengaruhi variabel tersebut.

Dan Variabel Terikatnya (*Dependent Variable*) yaitu keputusan pembelian (Y)

3.6 Definisi Variabel Operasional

Tabel 3.6 Definisi Variabel Operasional

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil dan kinerja sesuai atau melebihi dari apa yang di inginkan. (Philip Kotler dan Keller, 2007:11)	Chevrolet memiliki teknologi yang canggih. Dengan melengkapi beberapa fitur dalam kendaraannya. Misalnya dengan memberikan tombol Cruize Control yang dapat diaktifkan pada saat berada di jalan tol. Yang berfungsi untuk mengatur kecepatan mobil misalnya dijalankan pada kecepatan mobil 70 km/jam sehingga mobil akan terus berjalan 70	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan (Performance) 2. Daya tahan (Durability) 3. Kesesuaian (Conformance Spesification) 4. Kelebihan (Features) 5. Keandalan (Reliability) 6. Preferensi Individu (Aesthetic) 7. Kesan Kualitas (Perceived Quality) 8. Mudah diperbaiki (Serviceability) 	Likert

		km/jam tanpa membuat pengemudi harus menginjak pedal gas.		
Persepsi Konsumen (X2)	Persepsi konsumen adalah proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, menafsirkan stimuli kedalam gambar yang berarti masuk akal. (Leon Shiffman dan Leslie Lazar Kanuk, 2007)	Chevrolet dipilih karena persepsi yang terbentuk mobil Chevrolet memiliki kualitas yang bagus dengan teknologi yang canggih serta kenyamanan dan keamanan berkendara yang diberikan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perhatian Selektif 2. Distorsi selektif 3. Retensi Selektif 	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai	Chevrolet memberikan keamanan dan kenyamanan, serta memiliki fitur/ teknologi yang canggih, serta memiliki	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan Produk Jasa 2. Pemilihan Merek 3. Pemilihan Waktu 4. Pemilihan Metode/ Cara Pembayaran 	Likert

	alternative yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan kepuasan pembelian. (Kotler dan Amstrong : 2008:181).	masa pakai dalam kurun waktu yang cukup lama.		
--	---	---	--	--

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Menurut Tony Wijaya (2013:17) instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.

3.7.1 Uji Validitas Instrumen

Uji ini dimaksudkan untuk memastikan seberapa baik suatu instrument mengukur suatu konsep yang di ukur. Instrument yang valid artinya instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur secara tepat dan benar, dengan menggunakan instrument penelitian yang memiliki validitas tinggi, hasil penelitian yang mampu menjelaskan masalah penelitian dengan keadaan atau kejadian yang sebenarnya.

Menurut Sugiyono (2013) instrument dikatakan valid apabila instrument tersebut bisa mengukur apa yang hendak di ukur.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009:183) pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur data memberikan hasil relative konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama. Dan uji reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kuesiner (angket) tersebut.

3.8 Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Uji normalitas sampel digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berasal dari populasi berdistribusi atau sebaliknya. Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:134) uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. H_0 : data berdistribusi normal
 H_a : data berdistribusi tidak normal
2. Jika probabilitas (sig) $> 0,05$ normal
Jika probabilitas (sig) $< 0,05$ tidak normal
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS 20.0

3.8.2 Uji Linearitas

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:146) uji linearitas ini dimaksudkan untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis ataupun regresi linier. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*linierity*) kurang dari 0,05. Dengan kata lain, uji linearitas dalam pengujian

asumsi regresi dapat terpenuhi., yaitu variabel Y merupakan fungsi linier dari gabungan-gabungan variabel-variabel-X.

Prosedur Pengujian:

1. H_0 : model regresi berbentuk linier
 H_a : model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima
 Jika probabilitas (sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak
3. Pengujian linieritas dilakukan melalui program SPSS 20.0

1.8.3 Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi bervariasi homogen atau tidak. Berikut hasil uji homogenitas dengan menggunakan spss 20.

kriteria pengujian homogenitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. H_0 : Varians populasi adalah homogen.
 H_a : Varians populasi adalah tidak homogen.
 Kriteria pengambilan keputusan :
2. Jika probabilitas (sig) $< \alpha$ maka (0,05) H_0 ditolak.
 Jika probabilitas (Sig) $> \alpha$ maka (0,05) H_0 diterima.

3.8.4 Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel independen memiliki hubungan atau tidak satu sama lainnya. Berikut hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan spss 20.

kriteria pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinieritas.
 Jika nilai $VIF \leq 10$ 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

3.9 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2010:142) 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.

3.9.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis ini dapat dipergunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara satu variabel terikat (Y) terhadap dua atau lebih variabel bebas (X) yaitu dipergunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian mobil Chevrolet di Provinsi Lampung. Dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + et$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Kualitas Produk

X2 = Persepsi Konsumen

a = Konstanta

et = error tern

b1,b2 = Koefisien Regresi

3.10 Pengujian Hipotesis

Agar dapat diketahui apakah diantara variabel ada yang mempunyai pengaruh dan paling berpengaruh harus dilakukan pengujian hipotesis.

3.10.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi, yaitu pengujian hipotesis melalui uji t pada penelitian ini adalah mengenai analisis kualitas produk dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.

Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.

Ho = Kualitas Produk (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.

Ha = Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.

Kriteria pengajuan dilakukan dengan:

- a. Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka Ho ditolak.
- b. Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka Ha diterima.
- c. Jika nilai $sig < 0,05$ maka Ho ditolak.
- d. Jika nilai $sig > 0,05$ maka Ha diterima.

Pengaruh Persepsi Konsumen (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.

Ho = Persepsi Konsumen (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.

Ha = Persepsi Konsumen (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.

Kriteria pengajuan dilakukan dengan:

- a. Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak.
- b. Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka H_a diterima.
- c. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak.
- d. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_a diterima.

1.10.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (independen variable) secara bersama terhadap variabel terikat (dependen variabel).

Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Persepsi Konsumen (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.

H_0 = Kualitas Produk (X1) dan Persepsi Konsumen (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.

H_a = Kualitas Produk (X1) dan Persepsi Konsumen (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian mobil Chevrolet di Provinsi Lampung.

Kriteria pengajuan dilakukan dengan:

- a. Jika nilai F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak.
- b. Jika nilai F hitung $<$ F tabel maka H_a diterima.
- c. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak.
- d. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_a diterima.