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 penelitin ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Analisis kuantitatif menurut Sugiyono (2012, p.13) adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan adalah asosiatif yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel atau lebih yang dihubungkan dan dalam penelitian ini akan melihat pengaruh promosi dan kemudahan transaksi pembayaran Melalui *I-Payment* berpengaruh atau tidak terhadap minat pembelian Yamaha NMAX di Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

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. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian adalah :

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan atau yang diperoleh dari responden yaitu konsumen Yamaha NMAX di Bandar Lampung. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuesioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

3.2.2 Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh pihak lain dan bukan secara langsung diperoleh dari sumbernya. Data Sekunder dibagi menjadi 2 :

1. Data Internal, data in berasal dari dalam perusahaan, dalam penelitian ini data diperoleh pihak adalah Yamaha Lautan Teduh (Sentral Lampung).
2. Data Eksternal, data yang tersedia diluar organisasi perusahaan dalam penelitian ini diperoleh melalui studi pustaka.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Penelitian Kepustakaan

Teknik ini dilakukan dengan mengkaji berbagai teori dan bahasan yang relevan dengan penyusunan data yang bersumber dari berbagai referensi seperti literatur, arsip, dokumentasi, dan data lain yang dibutuhkan dalam peneitian tentang melihat pengaruh promosi dan kemudahan transaksi pembayaran Melalui *I-Payment* berpengaruh atau tidak terhadap minat pembelian Yamaha NMAX di Bandar Lampung.

3.3.2 Penelitian Lapangan

Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara :

Kuesioner, menurut Sugiyono (2012, p.142) yaitu metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada responden atau konsumen Yamaha NMAX di Bandar Lampung. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala Likert. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

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

3.4 Populasi Dan Sample

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013, p.119) mendefinisikan populasi sebagai berikut 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 konsumen yang membeli Yamaha NMAX secara kredit di Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili) Menurut Sugiyono (2009,p. 81). Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian konsumen yang membeli Yamaha NMAX secara kredit di Bandar Lampung. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability 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 3.1

Kriteria Pemilihan Sample

No	Kriteria Pemilihan Sample
1.	Berusia minimal 17 tahun baik untuk laki-laki maupun perempuan, dimana pada usia ini diasumsikan responden telah mampu dan mengerti serta dapat menanggapi masing-masing pertanyaan dalam kuisioner penelitian dengan baik.
2.	Konsumen yang telah membeli sepeda motor Yamaha NMAX secara kredit di Bandar Lampung.

Sumber : Data Diolah, 2018

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Yamaha NMAX di Bandar Lampung yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak dikatahui digunakan rumus *Z score* sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Dimana ;

n = Ukuran Sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10 %

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang harus diambil adalah:

$$n = \frac{1{,}96^2}{4(0{,}1)^2}$$

n = 96,6

n = 100 (dibulatkan)

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Variabel (X) atau 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 (X) adalah promosi (X1) dan kemudahan transaksi pembayaran Melalui *I-Payment* (X2).

3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel terikat merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) adalah minat pembelian.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
promosi (X1)	Menurut Rambat Lupiyoadi (2014,p 178) promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian suatu produk.	promosi merupakan suatu komunikasi pemasaran, yaitu aktifitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan membeli.	1. Promosi Konsumen 2. promosi Dagang 3. Promosi Wiraniaga	Likert

kemudahan (X2)	Rahayu (2017) Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.	persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.	1. Efisiensi waktu 2. Kemampuan melakukan transaksi 3. Kemudahan operasional 4. Penggunaan yang fleksibel	Likert
minat pembelian (Y)	Alkatiri, Tumbel Dan Roring (2017) minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihat, dari situlah timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.	Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian	1. Kertertarikan 2. Keinginan 3. keyakinan	Likert

Sumber : Data Diolah, 2018

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Rambat Lupioadi (2015, p.36), Validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran yang dapat digunakan untuk melihat tidak adanya perbedaan antara data yang didapat oleh peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sesuatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah dan untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi *product moment* melalui program SPSS versi 20.

Prosedur Pengujian:

1. Bila Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid
   Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid
2. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0).*
3. Tabel interprestasi nilai *r Korelasi Product Moment*

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Rambat Lupiyoadi (2015, p.54) 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 dikaitkan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 20. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai *r alpha* indeks korelasi.

Tabel 3.3

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

Sumber : Sugiyono, 2012

3.8 Uji Persyaratan Analsisi Data

3.8.1 Uji Normalitas Sample

Menurut Rambat Lupiyoadi (2015, p.134) Uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sample yang diambil sudah refresentatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sample bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS versi 20.

Prosedur Pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

   H0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

   H_1 : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

   H0 ditolak Apabila Sig < 0.05 berarti distribusi sampel tidak normal.

   H0 diterima Apabila Sig > 0.05 berarti distribusi sampel normal.

3.8.2 Uji Lineritas Sampel

Uji linearitas menurut Rambat Lupiyoadi (2015, p.146) 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 versi 20 dengan melihat table Annova atau sering disebut *Test for Linearity*.

Prosedur Pengujian

1. Rumusan Hipotesis

   H0 = Model regresi berbentuk linear.

   H_1 = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan:

   Jika probabilitas (Sig) > 0,05 maka H0 diterima.

   Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka H0 ditolak.

3.8.3 Uji Multikolinierita Sampel

Uji Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikut sertakan dalam pembentukan model regresi linier. Gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF *(Variance Inflation Factor).*

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolineritas

   Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolineritas

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

   Jika nilai *tolerance* > 0,1 maka tidak ada gejala multikolineritas

3.9 Metode Analsisi Data

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu Daya Tarik Promosi (X1), kemudahan Melalui *I-Payment* Indomaret (X2), dan minat pembelian (Y) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2 + \text{et}$$

Keterangan :

Y	= Minat Pembelian
X1	= Promosi
X2	= kemudahan transaksi pembayaran Melalui *I-Payment*
a	= Konstanta
et	= *Error Term*
b1, b2	= Koefisien Regresi

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 Promosi (X1) Terhadap Minat Pembelian (Y)

H0: Promosi tidak berpengaruh terhadap minat pembelian Yamaha NMAX di Bandar Lampung.

Ha: Promosi berpengaruh terhadap minat pembelian Yamaha NMAX di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian :

Membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan perbandingan sebagai berikut :

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H0 ditolak
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H0 diterima

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

1. Jika nilai sig < 0,05 maka H0 ditolak
2. Jika nilai sig > 0,05 maka H0 diterima

Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.

Pengaruh kemudahan transaksi pembayaran Melalui *I-Payment* Indomaret (X2) Terhadap Minat Pembelian (Y)

H0: kemudahan transaksi pembayaran Melalui *I-Payment* Indomaret tidak berpengaruh terhadap Minat Pembelian Yamaha NMAX di Bandar Lampung.

Ha: kemudahan kemudahan transaksi pembayaran kredit Melalui *I-Payment* Indomaret berpengaruh terhadap Minat Pembelian Yamaha NMAX di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian :

Membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan perbandingan sebagai berikut :

3. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H0 ditolak
4. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H0 diterima

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

3. Jika nilai sig < 0,05 maka H0 ditolak
4. Jika nilai sig > 0,05 maka H0 diterima

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 Promosi Dan kemudahan transaksi pembayaran kredit Melalui *I-Payment* Indomaret (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H0: promosi dan kemudahan kemudahan transaksi pembayaran kredit Melalui *I-Payment* Indomaret tidak berpengaruh terhadap minat pembelian Yamaha NMAX di Bandar Lampung

Ha: Promosi dan kemudahan kemudahan transaksi pembayaran kredit Melalui *I-Payment* Indomaret berpengaruh terhadap minat pembelian Motor Yamaha NMAX di Bandar Lampung

Kriteria pengujian :

Membandingkan hasil F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan perbandingan sebagai berikut :

1. Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H0 ditolak
2. Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H0 diterima
3. Menentukan nilai titik kritis untuk F Tabel pada db_1=k dan db_2 = n-k-1

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

4. Jika nilai sig < 0,05 maka H0 ditolak
5. Jika nilai sig > 0,05 maka H0 diterima

Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.