

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengambil data primer dan menggunakan metode wawancara atau kuesioner. Metodologi penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat menemukan, membuktikan dan mengembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang tertentu (Sugiyono, 2010:47). Substansi *country* proses penelitian kuantitatif menurut Bungin (2008) terdiri dari aktivitas yang berurutan seperti, mengeksplorasi, perumusan, dan penentuan masalah yang akan diteliti, mendesain model penelitian dan parameter penelitian, mendesain instrumen pengumpulan data penelitian, melakukan pengumpulan data penelitian, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian dan mendesain laporan hasil penelitian.

Metode analisis ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner dan digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik. Data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk memudahkan dalam menganalisis, untuk itu akan digunakan program analisis SPSS. SPSS adalah suatu program pengolah data statistik yang berfungsi menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis *windows* (Priyatno, 2012:1).

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.2.1 Data Primer

yaitu data yang diperoleh melalui hasil penyebaran kuisioner kepada sejumlah responden yang menjadi sampel dari penelitian ini.

3.2.2 Data Sekunder

yaitu data pendukung yang biasanya dapat diperoleh dari literature-literatur bahan kepustakaan dan dokumen-dokumen perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Secara garis besar teknik pengumpulan data pada penelitian ini dibagi menjadi 2, yaitu :

1. Studi Pustaka

Studi pustaka (*Library Research*) merupakan sebuah kegiatan pengumpulan data yang sumbernya berasal dari media-media kepustakaan, seperti literature buku-buku pendidikan, media cetak, media elektronik, media massa, internet dan sebagainya. Oleh karena itu studi pustaka sifatnya teoritis, sehingga penelitian yang akan dilakukan memiliki landasan teori penelitian yang kuat.

2. Studi Lapangan

Studi lapangan (*Field Research*) merupakan tehnik pengumpulan data secara langsung, karena peneliti akan berinteraksi secara langsung dengan subjek penelitian. Studi lapangan dapat dibagi menjadi dua metode, yaitu:

a. Observasi

Suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung, melihat dan mengambil suatu data yang dibutuhkan di tempat penelitian itu dilakukan. Observasi juga bisa diartikan sebagai proses yang kompleks.

b. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2012:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

3.3.1 Metode penentuan skor dan skala pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran. Sugiono (2010, p.93) menyebutkan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kemudian, untuk jawaban setiap pertanyaan yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, dengan kata – kata : sangat setuju, setuju, ragu – ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan pemberian skor sebagai berikut :

1. Responden yang memilih jawaban sangat setuju, diberi skor 5,
2. Responden yang memilih jawaban setuju, diberi skor 4,
3. Responden yang memilih jawaban ragu – ragu, diberi skor 3,
4. Responden yang memilih jawaban tidak setuju, diberi skor 2,
5. Responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju, diberi skor 1.

Selanjutnya, jika menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* atau pilihan ganda. Penelitian ini akan menggunakan sistem *checklist*.

3.4 Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut Margono (2010 : 118), populasi adalah suatu data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Menurut Sugiyono (2012 : 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen pengguna kendaraan bermotor di Bandar Lampung.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012 : 118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penentuan jumlah sampel digunakan metode penetapan sampel *Nonprobability Sampling*. Pengertian *Nonprobability Sampling* adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Salah satu teknik penentuan sampel dalam metode *Nonprobability Sampling* adalah teknik *Purposive Sampling*. Teknik ini merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Peneliti akan berusaha agar dalam sampel itu dapat mewakili segala lapisan populasi. Teknik *Purposive Sampling* dilakukan dengan mengambil orang-orang yang benar-benar terpilih oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel tersebut. Pemilihan sampel dilakukan berdasarkan populasi yang terdapat pada obyek penelitian ini, yaitu pengguna kendaraan bermotor di Bandar Lampung. Berikut adalah kriteria pemilihan sampel yang ditentukan oleh peneliti berdasarkan teknik *purposive sampling* yang digunakan : masyarakat pengguna kendaraan bermotor di Bandar Lampung. Ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan beragam sehingga tidak dapat diketahui

dengan pasti, maka rumus yang digunakan untuk menghitung besaran sampel adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2012):

$$n = \frac{z^2}{4(\text{Moe})^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

Z = 1,96 pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan 95%)

Moe = *Margin of Error* (tingkat kesalahan maksimum 10%)

Peneliti menggunakan rumus diatas, maka peneliti memperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{[(1,96)]^2}{[4(10\%)]^2}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ atau } 100 \text{ (pembulatan)}$$

Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa sampel penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang merupakan pengguna kendaraan bermotor di Bandar Lampung yang berumur 17-50 tahun, dan berdomisili di Bandar Lampung.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian 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). Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu:

A. Variabel Dependen

adalah variabel yang nilainya dipengaruhi/ditentukan oleh variabel lain di dalam model, dikenal juga dengan istilah variabel dependen.

- a. Minat Beli Konsumen (Y).

B. Variabel Independen

adalah variabel yang nilainya tidak dipengaruhi/ditentukan oleh variabel lain di dalam model; setiap variabel eksogen selalu variabel independen.

- a. Produk Aftermarket (X).

3.6 Definisi operasional variabel

Menurut Nazir (2010:126) definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberi arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. Sesuai dengan perumusan masalah yang ada maka definisi operasional variabel yang diteliti, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1 definisi operasional variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Aftermarket (X)	Pasar sekunder industri otomotif, berkaitan dengan manufaktur, remanufaktur, distribusi, ritel, dan pemasangan semua suku cadang kendaraan, bahan kimia, peralatan, dan aksesoris, setelah penjualan mobil oleh produsen peralatan asli (OEM) kepada konsumen.	-Harga -Kualitas produk -Ketersediaan suku cadang -Kesiapan pengembalian barang	<i>Likert</i>
Minat beli (Y)	Menurut Kinnear dan Taylor (1995), (dalam Esthi Dwityanti, 20 : 2008), minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan	-Minat Transaksional -Minat refrensial -Preferensial Minat Eksploratif	<i>Likert</i>

3.7 Uji Persyaratan Instrumen.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang diinginkan, sehingga penulis menguji validitas angket dengan kuesioner yang langsung diberikan kepada pengguna kendaraan bermotor di Bandar Lampung.

Pengambilan keputusannya bahwa setiap indikator valid apabila nilai r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel. Untuk menentukan nilai r

hitung, dibantu dengan program SPSS 20.0 yang dinyatakan dengan nilai *Corrected Item Total Correlation*. Validitas dapat diketahui dengan rumus *Product Moment Coefficient of Correlation*.

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i) (\sum Y_i)}{(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2) (\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}$$

Keterangan :

r_{yx} = Koefisien korelasi antara gejala X_i dan gejala Y_i

X_i = \sum skor dari seluruh variabel (faktor yang mempengaruhi)

Y_i = \sum skor dari seluruh variabel (skor total)

n = Jumlah sampel

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka kuesioner tidak valid.

Menurut Masrun dalam Sugiono (2007:124), jika didapat koefisien korelasi $\geq 0,514$ dengan $N=15$ dan signifikan ($p < 0,05$), maka instrument tersebut dinyatakan valid. Menurut Santoso (2001:227), jika hasil *Output Corrected Item Total Correlation* nilainya positif lebih besar dari nilai r tabel ($Df=N-2$, dan alpha signifikansi 5%) berarti butir pertanyaan telah valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Jika alat ukur tersebut stabil maka dapat diandalkan, walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali-kali, dan hasilnya juga akan serupa. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang

dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 (*Statistical Program and Service Solution*). Uji realibilitas menggunakan rumus *Alpha cronbach* yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sum \sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

- r_{11} = Reabilitas instrumen
 $\sum \sigma_i$ = Jumlah varians skor tiap item
 k = Banyaknya soal
 σ_t^2 = Varians total

Prosedur pengujian :

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen reliabel
 Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak reliabel
2. Bila probabilitas (sig) < korelasi maka instrumen reliabel
 Bila probabilitas (sig) > korelasi maka instrumen tidak reliabel
3. Tabel interpretasi nilai r *Korelasi Product Moment*

3.8 Uji persyaratan analisis data

3.8.1 Uji Normalitas sampel

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 *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test* hasil ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam regresi berdistribusi normal atau tidak.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. H_0 : data berdistribusi normal
 H_0 : data berdistribusi tidak normal

2. Apabila $\text{Sig} < 0.05$ maka H_0 ditolak (distribusi sampel tidak normal).
Apabila $\text{Sig} > 0.05$ maka H_0 diterima (distribusi sampel normal).
3. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

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 *homogeneity of variances*

Prosedur pengujian :

1. Rumusan hipotesis.
 - H_0 : Varians populasi adalah homogen.
 - H_a : Varians populasi adalah tidak homogen.
2. Kriteria pengambilan keputusan.
 - Jika probabilitas (sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima.
 - Jika probabilitas (sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak.
3. Pengujian homogenitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 17.0*).
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.

3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Sederhana.

Regresi linier sederhana digunakan untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk satu persamaan antara variabel independen dan variabel dependen dan hanya didasari oleh satu variabel independen.

Rumus yang digunakan adalah:

$$Y = a + bx$$

Dimana :

Y = Minat Beli

a = Nilai Konstanta

X = Produk Aftermarket

b = Nilai koefisien

3.10 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji T (Uji Parsial).

Uji ini digunakan untuk mengetahui suatu variabel secara parsial berpengaruh nyata atau tidak digunakan uji t atau *t-student*.

Rumusan hipotesis:

1. Ho : Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho diterima maka (ada pengaruh secara parsial variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y).
2. Ha : Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ha ditolak maka (tidak ada pengaruh secara parsial variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y).

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak.

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima.