

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini digolongkan ke dalam penelitian asosiatif kausal. Sugiyono (2018: 8) Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu, hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

#### **B. Objek dan Lokasi Penelitian**

Objek dan lokasi penelitian ini adalah tentang pengaruh kualitas produk, harga, lokasi terhadap keputusan pembelian motor honda pada masyarakat kota metro.

#### **C. Metode penelitian**

Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, (Sugiyono, 2016:2). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

##### **1. Operasional Variabel**

Operasionalisasi variabel adalah definisi atau uraian-uraian yang menjelaskan dari suatu variabel-variabel yang akan diteliti yang mencakup indikator-indikator yang ada pada masing-masing variabel. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel bebas (independen) yaitu kualitas produk, harga, dan lokasi sedangkan variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

###### **a. Kualitas Produk**

- 1) Definisi konseptual: kualitas produk merupakan elemen yang terpenting dari sebuah pemasaran dengan upaya untuk

memuaskan para konsumen atas keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari bentuk, ciri-ciri produk, kesesuaian produk, serta desain produk.

- 2) Definisi operasional: kualitas produk merupakan elemen yang terpenting dari sebuah pemasaran dengan upaya untuk memuaskan para konsumen atas keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari: Bentuk Produk, Ciri Ciri Produk, Desain Kesesuaian Produk, Kualitas Produk dalam penelitian ini diteliti dengan menggunakan instrumen kuesioner skala likert yang diberikan kepada konsumen.

#### **b. Harga**

- 1) Definisi konseptual : sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Variabel ini merupakan hal yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata- mata tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal.
- 2) Definisi operasional : sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Variabel ini merupakan hal yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata- mata tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal Kualitas produk indikator Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga Dengan Produk, Kesesuaian Harga Dengan Manfaat, Daya Saing Harga dalam penelitian ini diteliti dengan menggunakan instrumen kuesioner skala likert yang diberikan kepada konsumen.

#### **c. Lokasi**

- 1) Definisi konseptual: lokasi di atas dapat disimpulkan lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada konsumen. Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat mempengaruhi keputusan sasaran pasar dalam

menentukan keputusan pembeliannya dengan indikatornya akses, visibilitas, tempat parkir, lingkungan dan persaingan.

- 2) Definisi operasional: lokasi di atas dapat disimpulkan lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada konsumen. Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat mempengaruhi keputusan sasaran pasar dalam menentukan keputusan pembeliannya dengan indikatornya akses, visibilitas, tempat parkir, lingkungan dan persaingan dalam penelitian ini diteliti dengan menggunakan instrumen kuesioner skala likert yang diberikan kepada konsumen.

#### d. Keputusan Pembelian

- 1) Definisi konseptual: keputusan pembelian pada masyarakat adalah membeli merek yang paling disukai berdasarkan alternatif yang tersedia. Keputusan pembelian ini merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Yang meliputi 1)Pengenalan Masalah, 2)Pencarian Informasi, 3)Evaluasi Alternatif,4)Tahap Penentuan, Prilaku Pasca Pembelian.
- 2) Definisi operasional: keputusan pembelian pada masyarakat adalah membeli merek yang paling disukai berdasarkan alternatif yang tersedia. Keputusan pembelian ini merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Yang meliputi 1)Pengenalan Masalah, 2)Pencarian Informasi, 3)Evaluasi Alternatif,4)Tahap Penentuan, Prilaku Pasca Pembelian.

**Tabel 3.OperasionalVariabel dan Kisi-kisi Kuesioner Penelitian**

Variabel	Indikator	No item
<b>Kualitas produk</b>	a.Bentuk b.Ciri ciri produk c. Kesesuaian d. Desain produk	1,2,3,4,5,6, 7,8,9,10,11, 12,13,14,15,16 17,18,19,20
<b>Harga</b>	a. Keterjangkauan Harga b. Kesesuaian Harga Dengan Produk	1,2,3,4,5,6, 7,8,9,10,11,

	c. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat d. Daya Saing Harga	12,13,14,15,16 17,18,19,20
<b>Lokasi</b>	a. Akses, b. Visibilitas, c. Tempat parkir , d. Lingkungan e. Persaingan	1,2,3,4 5,6,7,8 9,10,11,12 13,14,15 16,17,18,19,20
<b>Keputusan Pembelian</b>	a. Pengenalan Masalah b. Pencarian Informasi c. Evaluasi Alternatif d. Tahap Penentuan e. Perilaku Pasca Pembelian	1,2,3,4 5,6,7 8,9,10 11,12, 13, 14,15,16 17,18,19,20

#### **D. Populasi Dan Sampel**

##### **1. Populasi**

(Ferdinand, 2006: 223) Populasi adalah gabungan dari sebuah elemen yang berbentuk peristiwa, hal ini orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena dianggap sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli motor matic honda beat.

##### **2. Sampel**

(Sugiyono, 2018: 84) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini diambil dari besar dan jumlah populasi penelitian yang tidak diketahui secara pasti. Pengambilan sampel pada penelitian ini pada penelitian ini akan menggunakan penelitian *accidental sampling* yaitu ( Sugiyono, 2016:85). Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/isidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Nantinya jumlah sampel yang digunakan adalah berjumlah 100 responden.

#### **E. Sumber Data**

##### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018: 225). Sumber data primer membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama, biasanya disebut

dengan responden. Data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis atau lisan dengan menggunakan metode wawancara (Jonathan Sarwono, 2006: 16).

## **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018: 225). Sumber data sekunder menggunakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai saranya untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang diteliti (Jonathan Sarwono, 2006: 17). Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data dari perpustakaan berupa buku-buku dan juga melalui jurnal.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tertulis, lisan, gambaran, atau arkeologis (Imam Gunawan, 2016: 175).

### **2. Observasi**

Observasi (pengamatan) adalah metode pengumpulan data dimana peneliti atau kolaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang di saksikan selama penelitian (W. Gulo, 2007: 116). Observasi juga merupakan suatu pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan (Subagyo, 2006: 63).

Dalam teknik wawancara menuntut adanya pengamatan dari si peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan lainnya.

### **3. Wawancara**

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Wawancara merupakan bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal (W. Gulo, 2017: 119).

### **4. Quisioner (Angket)**

Angket digunakan sebagai pengumpulan data untuk mendapatkan data. Quisioner adalah teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan cara

memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk jawabannya (Sugiyono, 2018: 142). Angket yang digunakan bersifat pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data dari responden untuk mendapatkan objek penelitian dengan jawaban yang disediakan oleh peneliti. kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal – hal yang diketahuinya. Daftar pertanyaan dalam kuesioner harus sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Dari setiap jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang diajukan kemudian diberi skor tertentu. Skor tersebut bergerak antara 1 sampai 5, dengan ketentuan sebagai berikut (Sugiyono, 2018: 167):

**Tabel 4. Jawaban Skala Likert**

Kriteria	Penilaian	
	Skor Positif	Skor Negatif
SS	5	1
S	4	2
KS	3	3
TS	2	4
STS	1	5

## 5. Kepustakaan (*Library Research*)

Kepustakaan merupakan cara pengumpulan data bermacam macam material yang terdapat diruang kepustakaan seperti koran buku-buku majalah, naskah, dokumen dan sebagainya.

Menurut (Sugiyono 2018: 291) studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan refrensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, hal ini dikarenakan penelitian ini tidak lepas dari literatur – literatur ilmiah.

## G. Teknik Analisi Data

### 1. Pengujian Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Pengujian validitas ini di tunjukan untuk melihat suatu hubungan antara masing-masing item pertanyaan pada variabel bebas dan variabel terikat. Butir-butir pertanyaan yang mempunyai *factorloading* yang valid yaitu  $>0,5$  menunjukkan bahwa indiktaor-indikator yang ada merupakan satu kesatuan alat

ukur yang mengukur suatu konstruk. Dengan instrument yang valid akan menghasilkan data yang valid pula, atau dapat dikatakan juga bahwa jika data yang di hasilkan dari sebuah instrument valid, maka instrument itu jugavalid.Selanjutnya peneliti akan menentukan validitasnya berdasarkan formula tertentu, diantaranya korelasi *korelasiproductmoment*dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{[(N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)]}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$ hitung : koefisien korelasi antara variable X dan Y

$\Sigma X$  : jumlah skor item

$\Sigma Y$  : jumlah skor total

N : jumlah responden

$\Sigma xy$  : hasil perkalian dari total jumlah variable X dan Variabel Y

$\Sigma x^2$  : kuadrat dari total jumlah Variabel X

$\Sigma y^2$  : kuadrat dari total jumlah Variabel Y

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan seluruh respondent sampel, kemudian membandingkan nilai  $r_{hitung}$ dengan  $r_{tabel}$ . Dengan membandingkan  $r_{hitung}$ dari  $r_{tabel}$ jika  $r_{hitung}$ lebih besar dari  $r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut adalah valid.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrument telah di pastikan validitasnya. Uji reabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan, Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menghitung *cronbach'sAlpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel, suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $cronbach's > 0,60$  dengan rumus:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left[ 1 - \frac{\Sigma \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

dimana :

$r_{11}$  = reliabilitas instrument/ koefisien reabilitas

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma \sigma b^2$  = jumlah varians butir

$\sigma b^2$  =varians total

## 2. Pengujian Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas

Menurut pendapat Ghozali (2013:160), bahwa uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak, Uji Normalitas di perlukan untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menguji data distribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan program SPSS, yaitu dengan menggunakan Uji normalitas menggunakan metode *kolmogrov-Smirnov* jika hasil angka signifikan (Sig) lebih kecil dari 0.05 maka data tidak terdistribusi normal. Dala uji *kolmogrov-Smimov* ini standar pengambilan keputusan ditentukan dengan pedoman keputusan sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikan < 0,05 maka distribusi data tidak normal
- b) Jika nilai signifikan > 0,05 maka distribusi data normal

Hipotesis yang digunakan untuk menyimpulkan keputusan adalah:

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

Ho : data residual berdistribusi normal

### b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan unruk mengetahui apakah data variabel mempunyai hubungan linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *testforLinearity* dengan pada tingkat signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikasi *DeviationfromLinearity* lebih dari 0,05.

### c. Uji Homogenitas

Uji Homogenitas bertujuan untuk meyakinkan bahwa sekumpulan data yang akan diukur memang berasal dari populasi yang homogen (sama). Setelah data diperoleh sudah normal, selanjutnya diuji dengan homogenitas. Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui beberapa varian adalah sama atau tidak asumsi yang mendasari dalam analisis varian adalah varian dari populasi sama. Sebagai criteria pengujian, jika nilai signifikasi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.



### 3. Uji Persamaan Analisis

#### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terkait. Persamaan untuk regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

(sumber: Sugiyono, 2016: 192)

Keterangan :

Y = Variabel dependen yang diprediksikan (keputusan pembelian)

X<sub>1</sub> = Variabel independen (Kualitas Produk)

X<sub>2</sub> = Variabel independen (Harga)

X<sub>3</sub> = Variabel independen (lokasi)

a = Harga Konstanta (Harga Y bila X=0)

e =error

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>n</sub> = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) maka terjadi kenaikan dan bila (-) maka terjadi penurunan

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t menurut Imam Ghozali (2013:98) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t signifikan pengaruh variabel bebas (X) secara parsial atau bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) yang dapat di hitung:

$$T_{hitung} r = \sqrt{\frac{n0 \ 2}{1-r^2}}$$

Dimana :

T = Statistik t derajat ke n-2

O = jenjang koefisien

n = banyaknya pengamatan

Setelah dilakukan uji analisis data dan diketahui hasilnya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  atau dengan melihat signifikan nilai T lebih kecil atau sama dengan 0,05 sehingga ditarik kesimpulan apakah hipotesis ( $H_0$ ) atau hipotesis *alternative* ( $H_a$ ) tersebut ditolak atau diterima.

-nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis ( $H_a$ ) diterima.

-nilai  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis *alternative* ( $H_a$ ) ditolak.

#### **b. Uji F**

Uji F disebut juga uji signifikan serentak. Pada dasarnya uji F ini menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang diamsukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Imam Ghozali, 2013: 98). Uji f ini dapat dilakukan dengan membandingkan antara  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$ . Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka hipotesis alternatif diterima (layak digunakan), demikian pula sebaliknya. Taraf nyata yang digunakan adalah sebesar 5%. Dalam penelitian digunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05 atau 5%. Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak yaitu dilakukan dengan cara menguji nilai F. Apabila nilai F positif berarti hipotesis diterima, jika nilai F negatif maka hipotesis ditolak.

### **5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dengan menggunakan rumus:

$$KD : R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisien Determinasi

$R^2$  : koefisien korelasi

## 6. Hipotesis Penelitian

Hipotesis Statistik adalah pertanyaan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya.

- a.  $H_0 : \beta_1 \leq 0$  :kualiatas produk (X1), tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).  
 $H_a : \beta_1 > 0$  :kualiatas produk (X1), berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).
- b.  $H_0 : \beta_2 \leq 0$  : harga (X2), tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).  
 $H_a : \beta_2 > 0$  :harga (X2), berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).
- c.  $H_0 : \beta_3 \leq 0$  :lokasi (X3), tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).  
 $H_a : \beta_3 > 0$  :lokasi (X3), berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).
- d.  $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \leq 0$  : kualiatas produk (X1), harga(X2), lokasi (X3) secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).  
 $H_a : : \beta_1, \beta_2, \beta_3, > 0$  : kualiatas produk (X1), harga(X2), lokasi (X3) secara bersamaan berpengaruh keputusan pembelian (Y).