

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Berdasarkan jenis datanya, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka yang di analisis menggunakan analisis statistik.

#### **B. Objek dan lokasi penelitian**

Objek penelitian ini membahas tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk spare part Mitsubishi. Lokasi pelaksanaan penelitian ini dilakukan di deller Spare Part Mitsubishi PT. LautanBerlianCabang Metro.

#### **C. Metode Penelitian**

##### **1. Operasi Variabel**

###### **a.) Variabel Penelitian**

Pada penelitian ini beberapa variable dikelompokan sebagai berikut. Variabel independen pada penelitian ini yaitu bauran pemasaran yang meliputi  $X_1$ Produk,  $X_2$  Harga,  $X_3$  Lokasi,  $X_4$  Promosi. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

###### **b.) Devinisi Operasional**

Devinisi operasional digunakan agar tidak menimbulkan penafsiran ganda yaitu dengan memberikan batasan terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan seperti table dibawah ini :

- 1.) Variabel  $X_1$  adalah produk yaitu berupa barang yang nyata dapat dibeli langsung atau tidak langsung dari produsen kekonsumen. Indikatornya yaitu jenis produk, kualitas, kuantitas, service centre dan penjualan spare part.
- 2.) Variabel  $X_2$  adalah harga yaitu sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari memiliki atau mempergunakan barang atau jasa yang diperoleh dari perusahaan tersebut. Indikatornya yaitu keterjangkauan harga, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan kualitas produk serta layanan purnajual.
- 3.) Variabel  $X_3$  lokasi yaitu tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relative untuk setiap jenis usaha yang berbeda.
- 4.) Variabel  $X_4$  yaitu promosi memperkenalkan dan memberitahu tentang produk yang ditawarkan. Indikatornya yaitu promosi pelanggan, promosi dagang, promosi penjualan dan promosi bisnis.
- 5.) Variabel Y yaitu keputusan pembelian Spare Part Mitsubishi PT. LautanBerlianCabang Metro.

Tabel 3.1 Operasional variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1.	Produk ( $X^1$ )	Jenis produk, kualitas, kuantitas, service centre dan penjualan spare part.	Likert

2.	Harga ( $X^2$ )	Keterjangkauan harga, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan kualitas produk serta layanan purnajual.	Likert
3.	Place ( $X^3$ )	Letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi tujuan.	Likert
4.	Promosi ( $X^4$ )	Promosi pelanggan, promosi dagang, promosi penjualan dan promosi bisnis.	Likert
5.	Keputusan Pembelian (Y)	Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk.	Likert

Tabel 3.2 kisi-kisi kuesioner

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
1.	Produk ( $X^1$ )	1. kualitas produk	5
2.	Harga ( $X^2$ )	1. Kesesuaian harga 2. Harga terjangkau	2 3
3.	Lokasi ( $X^3$ )	1. Lokasi strategis 2. Area parkir	3 2
4.	Promosi ( $X^4$ )	1. Iklan 2. Penawaran 3. Hadiah	2 2 1
5.	Keputusan Pembelian (Y)	1. Tingkat kepuasan	5

## 2. Populasi dan Sampel

### a.) Populasi

Menurut Sugiono (2013:115), menyatakan bahwa populasi adalah: "Wilayah generasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan atau konsumen yang ada di Kota Metro yang melakukan transaksi pembelian Spare Part shockbraker Mitsubishi sebesar 756 pada PT. Lautan Berlian Cabang Metro pada periode 2018.

### b.) Sampel

Menurut Uma Sekaran (2006:123) Sampel adalah subkelompok atau sebagian dari populasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik penarikan sampel secara *purposive sampling* yaitu penarikan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang di tentukan. Adapun syarat yang dimaksud sebagai berikut:

- 1) Semua konsumen yang melakukan transaksi pembelian deller Spare Part Shockbreaker Mitsubishi pada dealer PT. Lautan Berlian Cabang Metro.
- 2) Saat ini masih menggunakan Spare Part Shockbreaker Mitsubishi.
- 3) Konsumen yang berdomisili di kota Metro.
- 4) Berkenan mengisi kuesioner.

Dalam penelitian ini, penentuan sampel yaitu dengan menggunakan teknik *sampling aksidental*, dimana teknik

penentuan sampel ini berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang responden yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Didapatkan sampel dari penelitian ini adalah 63 sampel.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### a. Penelitian Kepustakaan (Librari Research)

Penelitian kepustakaan merupakan metode pengumpulan data berdasarkan buku-buku yang berkaitan dengan judul tugas akhir ini dan sumber data tertulis lainnya yang ada di perusahaan, yang berhubungan dengan pokok bahasan tugas akhir ini dan menjadikan perbandingan antara data yang penulis dapatkan dilapangan.

#### b. Penelitian Lapangan(Fild Research):

Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden dan mengamati secara langsung tugas-tugas yang berhubungan dengan produk spare part Shockbraker Mitsubishi di deler Mitsubishi. Pengumpulan informasi dilakukan dengan cara sebagai berikut:

##### 1. Intervie (wawancara)

Menurut Berger dalam Kriyantono (2000:111) mengatakan bahwa Wawancara adalah percakan antara periset seseorang yang berharap mendapatkan informasi, dan informan seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting

tentang suatu objek. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

Penulis menggunakan metode intervie ini karena dengan alasan penulis mengharapkan agar yang di butuhkan dapat diperoleh secara langsung sehingga kebenarannya tidak diragukan lagi. Interview yang dilakukan peneliti yaitu dengan cara bertanya langsung kepada konsumen pengguna kendaraan Mitsubishi yang menservice kan kendaraannya di deler mitsubishi.

## 2. Observasii

Menurut Kriyantono (2000:106) mengatakan bahwa “metode observasi merupakan kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan obejek tertentu”. Pengamatan atau observasi adalah suatu teknik yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara teliti serta pencatatan cara sistematis. Didalam salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi kondisi). Pengamatan dan pencatatan dengan sistematik fenomena-fenomena yang diselidiki teknik ini digunakan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar. Dengan melakukan pengamatan langsung kelapangan hingga diperoleh data-data yang konkrit dari sumbernya.

### 3. Kuesioner/ Metode angket

Menurut Sugiono (2014: 142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila penelitian tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui internet. Angket keterampilan menjelaskan dan bertanya, untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap apa saja yang berkaitan dengan dealer Mitsubishi kota Metro.

### 4. Pengujian Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Ujivaliditas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai  $r$  hitungan dengan nilai  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  table dengan taraf signifikansi 0,05 maka pernyataan yang ada di dalam kuesioner dinyatakan valid (Ghojali, 2006:45).

Dalam penelitian ini instrument yang digunakan untuk memperoleh data adalah kuesioner. Apabila dalam uji validitas ditemukan sebuah komponen data adalah kuesioner. Apabila dalam uji validitas ditemukan sebuah komponen yang tidak valid, maka dapat dikatakan bahwa komponen tersebut tidakkonsisten dengan komponen-komponen lainnya untuk mendukung sebuah konsep. Dalam uji validitas dapat digunakan SPSS (Statistical Product and Service Solutions).

## b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas sebenarnya merupakan alat ukur untuk mengukur kehandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variable atau konsturuk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seorang terhadap suatu pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006:32).

SPSS (Statistical Product and Service Solutions) memberikan fasilitas untuk mengukur reabilitas dengan uji statistic cronbach alpha ( $\alpha$ ). Suatu kontruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach alpha  $> 0,06$  (Ghozali, 2006:41-42).

## c. Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persaingan garis regresi yang diperoleh adalah linear dan dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian asumsi multikolinearitas, heterskedastisitas, dan normalitas.

### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah didtribusi data normal atau mendekati normal. Deteksi normal dilakukan dengan penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan :

1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## 5. Uji Persamaan

### a. Analisis regresi linier berganda

Analisis linier berganda sebagai analisis preferensi yang digunakan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap pengambilan keputusan pembelian Spare Part Shockbreaker Mitsubishi PT. Lautan Berlian Cabang Metro. Analisis regresi berganda menggunakan rumus persamaan seperti yang dikutip dalam sugiyono (2010:285), yakni:

$$Y = a + b_1 + X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y	= Keputusan pembelian
$b_0$	= Nilai constant/reciprocal
$X_1$	= Product
$X_2$	= Price
$X_3$	= Place
$X_4$	= Promotion
$b_1, b_2, b_3, b_4$	= Koefisien regresi
e	= Stadar error

### b. Analisis korelasi

Analisis korelasi merupakan suatu teknik statis yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan 2 variabel dan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut memiliki nilai besar

atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang telah ditetapkan sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Pedoman Memberikan Interpretasi Terhadap Koefesien Kolerasi**

No	Interval koefesien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber :Sunjoyo (2013:14)

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji t (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel secara individual dan menganggap dependen yang lain konstan. Signifikansi pengaruh tersebut dapat estimasi dengan membandingkan antara  $t_{tabel}$  dengan nilai  $t_{hitung}$ .

Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, sebaiknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka variabel indepen den secara individual tidak mempengaruhi variable dependen.

$t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

$t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Uji t juga bias dilihat pada tingkat signifikannya :

Jika tingkat signifikansi  $< 0,05 =$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Jikati ngkat signifikasi  $> 0,05$  = maka  $H_0$  diterimadan  $H_1$  ditolak

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variable bebas terhadap variabel terikat. Dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima atau secara bersama-sama variable bebas dapat menerangkan variable terikatnya secara serentak. Sebaliknya apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima atau secara bersama-sama variable bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variable terikat. Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama variable bebas terhadap variable terikat maka digunakan probability sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ).

$> 0,05$  = maka  $H_0$  diterimadan  $H_1$  ditolak (tidaksignifikan)

$< 0,05$  = maka  $H_0$  ditolakdan  $H_1$  diterima (signifikan)

7. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya. Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Dimana :

Kd = koefisien determinasi

$R^2$  = koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

- a. Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependent* lemah.
- b. Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* kuat.