

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini yang berjudul Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian Kawasaki Ninja 250up pada komunitas Ninja 250up Sidoarjo. Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah menggunakan metode kuantitatif.

Fatihudin (2015:28) pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik. Yaitu dengan menggunakan regresi berganda yang berfungsi untuk mengetahui hubungan fungsional antara produk variabel (X) dengan keputusan pembelian produk variabel (Y).

Penelitian yang dilakukan ini tergolong dalam jenis penelitian *survey*, yaitu penelitian yang berusaha mengumpulkan data-data dari gejala-gejala yang terjadi serta mendapatkan beberapa faktor yang aktual. Dalam penelitian *survey*, informasi dari responden dengan menggunakan kuisisioner. Jadi penelitian *survey* ialah penelitian yang mengambil sampel, populasi dan kuisisioner pengumpulan data pokok. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya.

#### **B. Identifikasi Variabel**

Penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel bebas (independen variabel) dan variabel terikat (dependen variabel).

1. Variabel bebas, adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah :
  - a. Variabel Kualitas Produk(X1)
  - b. Variabel Kualitas Pelayanan(X2)
  - c. Variabel Promosi(X3)
2. Variabel terikat, adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan pembelian(Y) Kawasaki Ninja 250up pada Komunitas Ninja 250up Sidoarjo.

### **C. Definisi Operasional Variabel**

Deskripsi operasional dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

#### 1. Kualitas Produk (X1)

Menurut Tjiptono (2012:75) menyatakan kualitas produk memiliki indikator sebagai berikut:

- a. *Performance*
- b. *Features*
- c. *Reliability*
- d. *Conferrance*
- e. *Durability*
- f. *Serviceability*
- g. *Esthetics*
- h. *Perceived*

#### 2. Kualitas Layanan (X2)

Menurut Tjiptono (2015:232) indikator untuk mengukur kualitas pelayanan suatu organisasi sebagai berikut:

- a. Realibilitas (*Reliability*).
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*).
- c. Jaminan (*Assurance*).
- d. Empati (*Empathy*).
- e. Bukti Fisik (*Tangibles*).

3. Promosi (X3)

Menurut Kotler dan Keller (2016:582) promosi penjualan memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

- a. *Advertising*(periklanan)
- b. *Sales promotion*(Promosi penjualan).
- c. *Event and experiences*(acara dan pengalaman).
- d. *Public relation and publicity*(hubungan masyarakat dan publisitas).
- e. *Online and social media marketing*(daring dan pemasaran media sosial).
- f. *Mobile marketing*(pergerakan pasar)
- g. *Direct and database marketing*(Bisnis data pemasaran dan langsung).
- h. *Personal selling* (penjualan secara pribadi/langsung).

4. Keputusan Pembelian (Y)

Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2012:178) yaitu:

- a. Pilihan produk
- b. Pilihan merk
- c. Pilihan penyalur
- d. Jumlah pembelian
- e. Waktu pembelian

#### f. Metode pembelian

Variabel-variabel tersebut diatas kemudian diukur dengan pernyataan responden melalui kuisisioner, yaitu dengan memberikan pilihan jawaban untuk rata-rata pertanyaan. Dengan menggunakan skala likert maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Lalu indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berbentuk pertanyaan. Jawaban untuk setiap item instrumen dari tanggapan yang telah diberikan oleh responden dengan menggunakan skala likert, mempunyai gradasi dari positif sampai dengan negatif yang dapat berbentuk kata-kata dan kemudian jawaban tersebut dibuat sebuah tabel *interval class* yang memiliki tujuan untuk menghitung nilai atau skor jawaban telah diisi oleh responden.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

#### 1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subjek (*self-data report*). Data subjek merupakan jenis data penelitian berupa opini, sikap, pengalaman, atau karakteristik seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian (responden). Menurut Sanusi (2014:102), Data subjek merupakan data penelitian yang dilaporkan sendiri oleh responden secara individual atau kelompok. Data subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk motor pada komunitas Ninja 250 *up* Sidoarjo.

#### 2. Sumber Data

Menurut Sanusi (2014:104), Sumber data adalah dari mana (sumbernya) data itu berasal. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden yang telah mengisi kuisisioner yang

dibuat oleh peneliti. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti.

## **E. Populasi Dan Teknik Sampling**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2011:61). Adapun populasi (objek penelitian) yang digunakan adalah seluruh konsumen yang berada dalam keanggotaan komunitas Ninja 250up Sidoarjo. Populasi pada penelitian ini berjumlah 170 (seratus tujuh puluh) orang, yaitu seluruh anggota terdaftar dari komunitas Ninja 250up Sidoarjo.

### **2. Sampel**

Dalam penelitian ini cara untuk memilih atau meyeleksi disebut *sampling* yaitu teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* menurut Sugiyono (2011:125), yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data. Berikut karakteristik sampel yang ditetapkan:

- a) Objek penelitian ini adalah Komunitas Kawasaki Ninja 250up Sidoarjo.
- b) Responden adalah konsumen Ninja 250up dan sekaligus anggota dari Komunitas Kawasaki Ninja 250up Sidoarjo.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung di Komunitas Kawasaki Ninja 250up Sidoarjo yang berjumlah 170 anggota terdaftar. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, menentukan jumlah responden menggunakan rumus Slovin dengan nilai kritis sebesar 0,5%. Rumus Slovin dalam Firmansyah Mohammad (2014) :

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

Keterangan :

$n$  = besaran sampel

$N$  = besaran populasi

$e$  = nilai kritis (batas ketelitian) yang di inginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel)

$170 / ( 1 + 170 \times 0,005 ) = 92$  responden

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Pertimbangan tertentu dalam menentukan memilih sampel pada penelitian ini adalah responden yang diminta untuk mengisi kuisisioner harus memenuhi kriteria. Penyebaran kuisisioner dilakukan secara *online*.

#### **F. Teknik Pengolahan Data**

Menurut Sanusi (2014:110) Pengumpulan data yang digunakan bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan. Pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuisisioner. Data yang digunakan tersebut diperoleh dari konsumen sekaligus anggota Komunitas Kawasaki Ninja 250up yang telah membeli Kawasaki Ninja 250up di Sidoarjo. Kuisisioner yang

digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup, yaitu responden hanya menjawab sesuai dengan pilihan jawaban yang telah disediakan.

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan kegiatan dengan langkah-langkah (Fatihudin, 2015:133) sebagai berikutnya :

- 1) *Editing* adalah memeriksa kejelasan dan kelengkapan pengisian instrumen pengumpulan data, dengan tujuan untuk mencari kesalahan-kesalahan didalam kuesioner atau juga kurang adanya keserasian didalam pengisian kuesioner. (Fatihudin, 2019:136)
- 2) *Coding* adalah proses identifikasi dan klasifikasi dari setiap pertanyaan yang terdapat dalam instrumen pengumpulan data menurut variabel-variabel yang diteliti. *Coding* dilakukan setelah editing. *Coding* merupakan pemberian kode-kode atau angka-angka tertentu terhadap kolom-kolom, variabel-variabel yang ditanyakan dalam kuesioner berkaitan dengan keterangan tertentu yang diperlukan. (Fatihudin, 2019:137)
- 3) Kalkulasi yaitu menghitung data yang sudah telah dikumpulkan dengan cara menambah, mengurangi, membagi atau mengkalikan atau lainnya. Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala Likert yang merupakan salah satu cara untuk menentukan skor. (Fatihudin, 2019:138)

Tabulasi data yaitu mencatat atau memasukan data ke dalam tabel induk penelitian. Dalam penelitian ini pengolahan data dilakukan dengan program komputer excel maupun program statistik lainnya. Kuesioner yang telah diisi oleh responden bisa langsung dimasukkan ke dalam program komputer, sehingga hasil pengolahan datanya (output) akan keluar sesuai dengan yang telah dipilih programnya. (Fatihudin, 2019:138)

## G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Analisis data dimaksudkan untuk memahami apa yang terdapat pada semua data tersebut. Mengelompokkannya, meringkasnya menjadi suatu yang kompak, yang mudah dimengerti, serta menemukan pola umum yang timbul dari data tersebut. Pengolahan dan analisis data penulis menggunakan uji keabsahan data dalam penelitian yang ditekankan pada uji bantuan program *SPSS 20 for Windows version*. Adapun pengolahan data yang dilakukan adalah:

### a. Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi sebenarnya yang diukur. Analisis validasi bertujuan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan berna sudah sah, paling tidak kita dapat menetapkan derajat yang tinggi dari kedekatan data yang diperoleh dengan apa yang diyakini dalam pengukuran. Sebagai alat ukur yang digunakan, analisis ini dilakukan dengan mengoreksikan antar skor item dengan skor total item.

Menurut Sugiyono (2011:168), menyatakan bahwa hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang *valid* berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) *valid*. *Valid* berarti instrument tersebut dapat digunakan mengukur apa yang seharusnya diukur.

Menurut Santoso (2011:227), terdapat dua dasar sebagai pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$ , maka hal ini berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut *valid*.

- b. Jika  $r_{\text{hasil}} < r_{\text{tabel}}$ , maka hal ini berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut tidak *valid*.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas ini dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden melalui pertanyaan yang diberikan. Suatu kuisioner dikatakan *reliable* atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maka semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *statistic cronbach alpha* ( $\alpha$ ), suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *cronbach alpha*  $> 0.60$  (Ghozali,2011:42).

## b. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Menurut Santoso (2011:322) berpendapat untuk menentukan normal atau tidaknya data pada variabel dependen dapat dilakukan dengan melihat grafik p plot normal dalam program SPSS yang membandingkan distribusi komulatif dari distribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka model regresi dianggap tidak *valid* dengan jumlah sampel yang ada.

### 2. Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno (2012:288) mengemukakan uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika hal tersebut terjadi maka pengaruh variabel bebas terhadap

variabel terikat akan rendah walaupun nilai F model secara keseluruhan kelihatan tinggi. Hal tersebut akan berakibat  $H_0$  pengujian koefisien akan gagal menolak  $H_0$  walaupun peranan variabel tersebut sebetulnya penting. Maka salah satu cara untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation factor* (VIF).

Menurut Ghozali (2011:91) terdapat dua syarat untuk mendeteksi tidak adanya multikolinieritas, adalah sebagai berikut :

- a) Apabila nilai *tolerance*  $> 1$  dan nilai VIF  $> 10$  (terjadi multikolinieritas).
- b) Apabila nilai *tolerance* mendekati angka 1 dan nilai VIF  $< 10$  (bebas multikolinieritas).

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Suliyanto (2011:95), Uji heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut dengan homokedastisitas.

### c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel independen dengan suatu persamaan. Koefisien regresi dengan dua tujuan sekaligus, pertama menimbulkan penyimpangan antara nilai aktual dan nilai estimasi variabel independen berdasarkan data yang ada (Ghozali, 2011:28).

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui besar pengaruh setiap variabel bebas seperti kualitas produk, kualitas

layanan, dan promosi terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. adapun persamaan yang dapat dijelaskan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Konstanta

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Kualitas Layanan

$X_3$  = Promosi

$\beta_{1,2,3}$  = Koefisien regresi

e = *Standart error estimate*

#### 1. Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Untuk mengetahui dari variabel bebas dan terikat dapat dilihat dari *R square*-nya. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel endogen. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2011: 97).

#### d. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah substruktur model yang digunakan signifikan atau tidak, sehingga dapat dipastikan apakah model tersebut dapat

digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel bebas secara bersama-sama variabel terikat (Priyanto, 2012:120).

Untuk menguji hipotesis ini dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu sebagai berikut :

1. Membandingkan besarnya F penelitian dengan F tabel.
2. Membandingkan angka taraf signifikansi (sig) hasil perhitungan dengan taraf signifikansi  $\alpha$  (0,05).
3. Apabila nilai sig < sig  $\alpha$  (0,05), maka berpengaruh signifikan.
4. Apabila nilai sig >  $\alpha$  (0,05), maka tidak berpengaruh signifikan.

e. Uji Parsial (Uji t)

Uji signifikan parameter individual atau uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh atau variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2011:98).

Pengujian Hipotesis ( $H_1$ )

- a) Jika nilai signifikan uji t > 0,05 maka kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kawasaki pada Komunitas Ninja 250up Sidoarjo.
- b) Jika nilai signifikan uji t < 0,05 maka kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kawasaki pada Komunitas Ninja 250up Sidoarjo.

Pengujian Hipotesis ( $H_2$ )

- a) Jika nilai signifikan uji  $t > 0,05$  maka kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kawasaki pada Komunitas Ninja 250up Sidoarjo.
- b) Jika nilai signifikan uji  $t < 0,05$  maka kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kawasaki pada Komunitas Ninja 250up Sidoarjo.

#### Pengujian Hipotesis ( $H_3$ )

- a) Jika nilai signifikan uji  $t > 0,05$  maka promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Kawasaki pada Komunitas Ninja 250up Sidoarjo.
- b) Jika nilai signifikan uji  $t < 0,05$  maka promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Kawasaki pada Komunitas Ninja 250up Sidoarjo.