

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Bajaj Jaya Motor yang tepatnya berlokasi di Kampung Pajagan RT.03 RW.01 Desa Pajagan Kecamatan Sajira Kabupaten Lebak-Banten.

##### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam 2 bulan dimulai dari bulan Juni dan Juli. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang berada di toko Bajaj Jaya Motor Pajagan.

#### **B. Jenis Metode Penelitian**

Metode yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian untuk mendapatkan data yaitu menggunakan penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian.

Tipe yang paling umum dari penelitian deskriptif ini meliputi penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, keadaan, ataupun prosedur. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diukur dalam suatu skala angka (*numeric*).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Mudrajad kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 4*, (Jogyakarta: Erlangga, 2013), 172

### C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>2</sup> Populasi terdiri atas manusia atau orang dan dokumen-dokumen yang dapat dipandang sebagai objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Bajaj Jaya Motor yang berjumlah 60 kosumen.

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik sampling non probability sampling dengan menggunakan sampling jenuh.

Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.<sup>3</sup> Hal ini dilakukan karena jumlah populasi yang digunakan pada penelitan ini berjumlah 60 responden, maka jumlah populasi tersebut keseluruhan dijadikan sampel penelitian.

### D. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan data primer. Data primer adalah data yang

---

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2011), 93.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta,2010),122

dikumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi yang menerbitkan atau menggunakannya.<sup>4</sup> Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi ke lokasi penelitian untuk mengetahui jumlah populasi, menyebar kuesioner (angket) terhadap objek penelitian dan studi pustaka.

1. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang berisikan daftar pertanyaan yang mengukur variabel-variabel, hubungan di antara variabel yang ada, atau juga pengalaman atau opini dari responden. Kuesioner (angket) yang digunakan menggunakan pedoman dalam scoring yakni skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen menggunakan skala likert mempunyai penilaian dari sangat positif sampai sangat negatif.
2. Studi pustaka dilakukan dengan mengadakan kegiatan pengumpulan bahan-bahan melalui buku bacaan, catatan kuliah, literatur lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian. Tujuan penelitian kepustakaan ini adalah untuk memperoleh data teoritis untuk membangun landasan teori yang kuat untuk mendukung penelitian ini.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Untuk dapat dianalisis besarnya pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen maka dalam penelitian ini akan menggunakan pendekatan statistik sebagai berikut:

---

<sup>4</sup> Soeratno, *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta, STIM YKPN, 2008), 70.

### 1. Uji Validitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.

### 2. Uji Reabilitas

Reabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan.<sup>5</sup>

### 3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi merupakan hubungan antara antar variabel. Sedangkan yang dimaksud regresi sederhana yaitu hubungan antar satu variabel X dan satu variabel Y. Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak hubungan antar variabel (X dan Y) tersebut.

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk peramalan atau memprediksi apakah variabel dependen berdampak terhadap variabel independen. Bentuk regresi ini dapat dinyatakan dalam persamaan matematika atau disebut dengan persamaan regresi. Model atau persamaan regresi, secara umum dapat dilukiskan dalam bentuk:

$$Y = a + bx$$

Dimana :

---

<sup>5</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 4*, 72

Y = Variabel tidak bebas (*dependen*)

X = Variabel bebas (*independen*)

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi

Berdasarkan rumus di atas dapat dihitung nilai a dan b dengan menggunakan rumus:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum Y^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

#### 4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan sebagai alat untuk mengukur seberapa besar Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan melakukan uji t, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas (signifikan) lebih besar, X = maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika probabilitas (signifikan) lebih kecil X = maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Untuk menguji signifikansi antara variabel independen dan variabel dependen, maka digunakan uji t dengan rumus:

$$t = \frac{r \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai uji t

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Kriteria pengujian t statistik dapat juga dilakukan dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel, yaitu sebagai berikut:

- a. Jika t hitung > t tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika t hitung < t tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya variabel independen tersebut tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

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

Koefisien determinasi merupakan alat untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dalam bentuk persentase (%).

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

Dimana:

Kd = Koefisien Determinasi

$r^2$  = Koefisien Kolerasi

Koefisien determinasi tidak ada yang bertanda negatif karena dikuadratkan. Nilai yang terkecil berarti menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

## **F. Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang bervariasi atau membawa variasi yang menjadi titik perhatian suatu penelitian, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti. variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

### **a. Variabel independen (bebas).**

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian. Penelitian akan dapat memprediksikan ataupun menerangkan variabel dalam variabel dependen beserta perubahannya yang terjadi kemudian. Variabel independen/bebas (X) dalam penelitian ini adalah atribut produk.

### **b. Variabel dependen (terikat).**

Variabel dependen adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif ataupun yang negative bagi variabel independen nantinya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen/terikat (Y) adalah keputusan pembelian konsumen.

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional variabel penelitian serta skala yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada ringkasan tabel berikut ini.

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Atribut produk (X)	Unsur – unsur pada suatu produk yang dianggap penting untuk dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merek</li> <li>- Kemasan</li> <li>- Jaminan</li> <li>- Mutu Produk</li> <li>- Desain Produk</li> </ul>	<p>Skala likert</p> <p>(1), (2)</p> <p>(3), (4)</p> <p>(5), (6)</p> <p>(7), (8)</p> <p>(9), (10)</p>
Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	Pengambilan keputusan konsumen (consumer decision making) adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative dan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengenali kebutuhan</li> <li>- Mencari informasi</li> <li>- Melakukan evaluasi terhadap beberapa pilihan</li> <li>- Keputusan pembelian</li> <li>- Melakukan evaluasi</li> </ul>	<p>(1)</p> <p>(2), (3), (4)</p> <p>(5), (6)</p> <p>(7), (8)</p>

	memilih salah satu di antaranya.	pasca pembelian	(9), (10)
--	----------------------------------	-----------------	-----------

**Tabel 3.2 Skor Jawaban Pernyataan**

<b>Skala Penilaian Atribut Produk</b>	<b>Skala Penilaian Keputusan Pembelian Konsumen</b>
5 = Sangat Setuju (SS)	5 = Sangat Setuju (SS)
4 = Setuju (S)	4 = Setuju (S)
3 = Kurang Setuju (KS)	3 = Kurang Setuju (KS)
2 = Tidak Setuju (TS)	2 = Tidak Setuju (TS)
1 = Sangat Tidak Setuju (STS)	1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber: *Skala penilaian dengan menggunakan pengukuran skala likert*

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa skala penilaian dari atribut produk dan skala penelitian keputusan pembelian menggunakan skala likert di mana skala ini memiliki bobot dari skor 5 yang memiliki nilai tertinggi pada keterangan sangat setuju, sedangkan skor 1 yang memiliki nilai terendah menunjukkan keterangan sangat tidak setuju di lembar kuesioner/angket.