

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam sebuah penelitian, menemukan waktu dan lokasi penelitian adalah suatu hal penting, Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus-September 2015 di Showroom Auto CharisaMobil yang berlokasi di Ciracas Kota Serang Banten. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, merek dan harga terhadap kepuasan konsumen pada transaksi jual beli mobil bekas di Showroom Auto Charisa Mobil.

#### B. Metode Penelitian

##### 1. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian<sup>1</sup>, populasi dalam penelitian ini adalah orang yang pernah membeli mobil bekas di Showroom Auto Charisa Mobil diambil dari data penjualan mobil selama tiga tahun, yaitu pada tahun 2010 sampai 2012 yang berjumlah 798 konsumen.

**Tabel 3.1**  
**Penjualan Mobil Tahun 2010-2012**

Tahun 2010	
BULAN	JUMLAH
JANUARI	32

<sup>1</sup> Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2002), 144

FEBRUARI	25
MARET	27
APRIL	33
MEI	29
JUNI	23
JULI	22
AGUSTUS	30
SEPTEMBER	24
OKTOBER	24
NOVEMBER	19
DESEMBER	32
<b>JUMLAH</b>	<b>320</b>
<b>Tahun 2011</b>	
<b>BULAN</b>	<b>JUMLAH</b>
JANUARI	20
FEBRUARI	19
MARET	18
APRIL	20
MEI	22
JUNI	23
JULI	20
AGUSTUS	22
SEPTEMBER	18
OKTOBER	14
NOVEMBER	17
DESEMBER	28

<b>JUMLAH</b>	<b>241</b>
<b>Tahun 2012</b>	
<b>BULAN</b>	<b>JUMLAH</b>
JANUARI	24
FEBRUARI	22
MARET	17
APRIL	21
MEI	25
JUNI	19
JULI	17
AGUSTUS	18
SEPTEMBER	17
OKTOBER	16
NOVEMBER	21
DESEMBER	20
<b>JUMLAH</b>	<b>237</b>
<b>JUMLAH PENJUALAN PER TAHUN</b>	
<b>Tahun</b>	<b>Jumlah</b>
2010	320
2011	241
2012	237
<b>JUMLAH</b>	<b>798</b>

Dari tabel diatas diketahui bahwa penjualan di tahun 2010 sebanyak 320 unit, tahun 2011 sebanyak 241 unit dan 2012 sebanyak 237

unit mobil yang terjual. Penjualan paling sedikit yaitu 14 unit dan paling banyak adalah 32 unit mobil terjual.<sup>2</sup>

## 2. Ukuran sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.<sup>3</sup> Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini, berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan teknik slovin yakni sebanyak 80 konsumen. Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin yakni

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

dimana:

n = sampel

N = jumlah populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan<sup>4</sup>

Sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, yakni 10%. Dengan demikian ukuran sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>2</sup> Buku besar penjualan Showroom Auto Charisa Mobil Ciracas Kota Serang

<sup>3</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian Suatu Pengantar Prakti*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 174.

<sup>4</sup> Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif*, 149.

$$n = \frac{798}{798(0,1)^2 + 1}$$
$$n = 80.8$$

Dibulatkan menjadi 80.

Sampel diambil secara random atau acak, data didapatkan dari hasil kajian data sekunder dan ditindak lanjut dengan penyebaran kuesiener.

### **C. Jenis Data dan Sumber Data**

#### **1. Jenis Data**

Data yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah :

##### **a. Data Primer**

Data yang diperoleh dari responden secara langsung melalui kuesioner yang disebar secara random atau acak untuk wawancara mengenai kualitas produk, harga dan merek.

##### **b. Data Sekunder**

Data yang diperoleh yaitu dengan melihat rekap penjualan, membaca melalui buku, majalah, hasil penelitian yang sudah ada, atau literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

#### **2. Sumber Data**

Dalam upaya mengumpulkan data primer dalam penelitian ini bersumber langsung dari konsumen Showroom Auto Charisa Mobil Ciracas Kota Serang.

## D. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa pedoman (*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Dengan demikian, kekhasan wawancara mendalam adalah keterlibatannya dalam kehidupan informan.<sup>5</sup> Dan telah ditentukan karakter responden yang akan diwawancarai yaitu:

- 1) Jenis Kelamin
- 2) Pendidikan
- 3) Umur

Melalui teknik ini penulis memberikan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden sebagai sumber data.

### 2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>6</sup> Kuesioner yang dipakai di sini merupakan model tertutup karena jawabannya telah disediakan

---

<sup>5</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana 2007), 108.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2005), 192.

Dalam penelitian ini, kuesioner yang diajukan kepada responden sebanyak 20 pertanyaan yang diajukan kepada obyek responden sebanyak 80 orang yang merupakan konsumen Showroom Auto Charisa Mobil.

### 3. Teknik Skala Likert

Teknik Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>7</sup> Jawaban dari Skala Likert ini dapat menjabarkan dari yang positif hingga negatif yaitu:

***Tabel 3.2***

***Kriteria Jawaban***

<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Terdapat lima kriteria jawaban yang diberikan kepada responden, yaitu Sangat Setuju dengan nilai skor 5, Setuju dengan nilai skor 4, Ragu-ragu dengan nilai skor 3, Tidak Setuju dengan nilai skor 2 dan Sangat Tidak Setuju dengan nilai skor 1.

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*,136.

## E. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah gambaran umum untuk menafsirkan data-data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan, menyusun dan mengklasifikasikan data-data yang diperoleh yang selanjutnya di analisis sehingga di peroleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti.

### 2. Analisis Kuantitatif

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah suatu alat ukur dapat mengukur apa yang sebenarnya ingin diukur. Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya mencapai sasarannya. Validitas juga berhubungan dengan tujuan dari pengukuran. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar.

Dalam penelitian ini untuk mempermudah dalam pengujian validitas, digunakan alat ukur berupa program komputer yaitu *SPSS for Windows*, dan jika suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka dikatakan skor tersebut tidak .

Alat ukur yang tidak valid adalah yang memberikan hasil ukuran menyimpang dari tujuannya. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui tingkat validitas adalah besarnya nilai ( $\alpha$ ) pada level signifikan 5%. Dalam melakukan uji validitas terhadap instrumen, peneliti menggunakan program SPSS versi 23.00.



## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Uji reliabilitas menitikberatkan pada kestabilan dan konsistensi dalam pengukuran. Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan teknik pengukuran koefisien *Cronbach's alpha* dengan menggunakan alat bantu program komputer *SPSS for Windows* versi 23.00.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal, maka metode alternatif yang bisa digunakan adalah statistik non parametrik.<sup>8</sup>

### b. Uji Linearitas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.<sup>9</sup> Kriteria yang

---

<sup>8</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: MediaKom, 2010), h.71

<sup>9</sup> [digilib.unila.ac.id/10183/16/BAB%20III.pdf](http://digilib.unila.ac.id/10183/16/BAB%20III.pdf), (Diunduh tanggal 24 februari 2016).

digunakan untuk menyatakan linieritas garis regresi adalah menggunakan harga koefisien signifikansi dari Deviatoin from linearity dan dibandingkan dengan nilai alpha yang dipilih yaitu 0,05. Jika harga F hitung lebih kecil dari harga F tabel pada taraf signifikansi 5% maka terdapat hubungan linieritas antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu kualitas produk (X1), kualitas merek (X2) dan harga (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y).

#### 4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan pengujian secara SPSS.

##### a. Uji Regresi

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$\mathbf{Y=a+BX}$$

Rumus 8.1

Dimana :

$\hat{y}$  = subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada

variabel independen. Bila  $b$  (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

$X$  = subyek pada variabel Independen yang mempunyai nilai tertentu Secara teknis harga  $b$  merupakan tangen dari (perbandingan) antara panjang garis variabel Independen dengan variabel dependen, setelah persamaan regresi ditemukan.<sup>10</sup>

#### b. Korelasi

Korelasi merupakan uji yang digunakan untuk mengukur keeratan (kuat, lemah, atau tidak adanya) hubungan antar variabel yaitu hubungan antara *Kualitas Produk* ( $X_1$ ), *Kualitas Merek* ( $X_2$ ) dan *Harga* ( $X_3$ ) dengan *Kepuasan Konsumen* ( $Y$ ).<sup>11</sup> Sebelum melakukan analisis koefisien korelasi dapat di hitung terlebih dahulu korelasi *pearson*. Koefisien korelasi *pearson* ini di gunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara dua variabel yang datanya berbentuk data interval atau rasio. Di simbolkan dengan  $r$  dan dirumuskan:

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

#### Keterangan

$r$  = koefisien korelasi personal

$n$  = banyak data

$X$  = variabel dependen ( *Kualitas Produk, Kualitas Merek dan Harga* )

<sup>10</sup> <https://rufiismada.files.wordpress.com/2012/02/analisis-regresi.pdf> (Diunduh tanggal 28 Desember 2016 ).

<sup>11</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, (Jakarta: MediaKom, 2010). 73

Y = variabel independen ( *Kepuasan Konsumen* )

Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuat atau tidaknya hubungan antar variabel, maka dapat digunakan pedoman yang ada pada tabel berikut:<sup>12</sup> Dalam pengujian ini menggunakan SPSS versi 23.00.

**Tabel 3.3**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

No	Interval koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,000 – 0,199	Sangat lemah
2	0,200 – 0,399	Lemah
3	0,400 – 0,599	Cukup Kuat
4	0,600 – 0,799	Kuat
5	0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2010:183)

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien detrminasi ( $R^2$ ) ini di gunakan untuk mengetahui berapa besarnya pengaruh antara variabel X dan variabel Y Yaitu suatu bilangan yang merupakan bentuk kuadrat dari koefisien korelasi ( $R^2$ ) yang besarnya dinyatakan dalam persentase. Sedangkan untuk mempengaruhi besarnya pengaruh faktor-faktor lain selain variabel (X) terhadap variabel (Y) di gunakan kefisien non determinasi, yaitu suatu bilangan yang di nyatakan dalam persentase dengan nilai 100% di kurangi koefisien determinasi dengan koefisien non determinasi dapat dinyatakan sebagai berikut:

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

---

<sup>12</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 2.

## **F. Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah objek penelitian atau sesuatu yang menjadi titik perhatian. Variabel dibedakan menjadi dua yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang nilainya tergantung dari nilai variabel lain (Y) dan variabel independen (bebas) adalah variabel yang nilainya tidak tergantung pada variabel lain (X):

1. Kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (Y)
2. Kualitas produk adalah variabel bebas (X1)
3. kualitas merek adalah variabel bebas (X2)
4. Harga sebagai variabel bebas (X3)