

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Ketawanggede Malang. Pemilihan lokasi dilakukan dengan pertimbangan karena masyarakat di kelurahan tersebut telah banyak menggunakan sepeda motor Yamaha MIO sebagai sarana transportasinya, baik orang tua maupun kaum remaja (mahasiswa). Dan lokasi tersebut adalah salah satu daerah pemukiman sekitar kampus yang mempunyai tingkat penduduk yang padat dengan berbagai profesi, sehingga dapat mewakili respon konsumen untuk penelitian tentang pengaruh keputusan pembelian.

3.2 Jenis dan Pendekatan penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, metode ini dikatakan sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah, yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut dengan metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini menggunakan data-data angka yang dianalisis menggunakan statistik. (Sugiono, 2009:7).

Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan dengan metode survey, metode survey adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisisioner, *test*, wawancara terstruktur, dan sebagainya. (Sugiono, 2009:6)

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan individu atau obyek penelitian yang memiliki kualitas serta ciri-ciri yang ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pegamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik (Cooper, Emory, 1999:221).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Yamaha MIO di kelurahan Ketawanggede Malang.

3.3.2 Sampel

Jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Malhotra (2005:368-369), bahwa jumlah sampel / responden dengan populasi yang tidak terbatas paling sedikit empat atau lima kali jumlah indikator yang diteliti. Dalam penelitian ini digunakan 23 indikator ($23 \times 5 = 115$). Jadi dalam penelitian ini mengambil sampel sebanyak 115 responden dari masyarakat kelurahan Ketawanggede Malang.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Menurut sugiyono (2009:85), *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.5 Data dan Jenis Data

Seluruh informasi yang diperoleh dapat dibedakan berdasarkan sumbernya yaitu:

a. Data primer

Menurut Umar (1999:43), Data Primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian *kuesioner* yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sumber pertama disini adalah konsumen kelurahan Ketawanggede Malang.

b. Data sekunder

Menurut Umar (1999:44), Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan, baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak perusahaan. Data sekunder ini berupa data konsumen Kelurahan Ketawanggede Malang.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan reliabel. Metode yang digunakan antara lain:

a. Metode Wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada Masyarakat Ketawanggede Malang.

b. Metode Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden (Sugiyono 2004:135). Dalam hal ini yang dimaksud adalah konsumen

Kelurahan Ketawanggede Malang.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Menurut Indrianto (2002:348) definisi operasional variabel merupakan penjelasan mengenai cara- cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur (mengoperasionalkan) *construct* menjadi variabel penelitian yang dapat dituju. Adapun definisi operasional variabel yang digunakan adalah:

a. Produk (X I)

Menurut Kotler (1998: 52), yang dimaksud dengan produk adalah apa saja yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Produk menurut Kotler (1997:9) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup obyek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan. Kotler (1997:11) menyebutkan produk terbagi menjadi keanekaragaman produk, kualitas produk, desain produk, bentuk, merk, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan dan pengembalian. Tetapi dalam penelitian ini hanya menggunakan 3 indikator dari variabel produk yaitu, desain produk, kualitas produk dan pelayanan karena disesuaikan dengan objek penelitian.

b. Harga. (X2)

Menurut Abdul Mu'min harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang dimiliki dengan menggunakan produk atau menggunakan produk atau jasa.

Sedangkan menurut Payne (2000:171) harga memainkan bagian yang sangat penting dalam bauran pemasaran jasa, karena penetapan harga memberikan penghasilan bagi bisnis.

Kotler (1997:11) menyebutkan hal-hal yang terkait dengan harga yaitu daftar harga, rabat, potongan, kredit, jangka waktu pembayaran. Tetapi dalam penelitian ini hanya menggunakan 1 indikator dari variabel harga yaitu daftar harga karena disesuaikan dengan objek penelitian.

c. Lokasi (X3)

Sri Ardani (2005) berpendapat bahwa tempat (*place*) mencerminkan kegiatan-kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia untuk konsumen sasaran. Sebagian dari tugas distribusi adalah memilih perantara yang akan digunakan dalam saluran distribusi yang secara fisik menangani dan mengangkat produk melalui saluran tersebut, maksudnya agar produk dapat mencapai pasar yang dituju tepat pada waktunya. Kotler (1997:11) menyebutkan hal-hal yang terkait dengan Lokasi yaitu saluran distribusi, ruang lingkup, penyortiran, lokasi, persediaan dan pengangkutan. Tetapi dalam penelitian ini hanya menggunakan 1 indikator dari variabel lokasi yaitu lokasi, karena disesuaikan dengan objek penelitian.

d. Promosi (X4)

Menurut Swastha (1998:222) promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Menurut Tjiptono (2000:219) promosi adalah suatu bentuk pemasaran yaitu yang menyebarkan informasi, mempengaruhi dan membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Kotler (1997:12) menyebutkan hal-hal yang terkait dengan promosi yaitu promosi penjualan, iklan, usaha penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Tetapi dalam penelitian ini hanya menggunakan 4 indikator dari variabel promosi yaitu iklan, pemasaran langsung, sales promotion dan publisitas, karena disesuaikan dengan objek penelitian.



Tabel 3.1
Konsep, Variabel, Indikator dan Item

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Bauran Pemasaran	Produk (X1)	Desain Produk (X1.1)	Unik (1)
			Menarik (2)
		Kualitas Produk (X1.2)	Mesin awet/ bandel (1)
			Irit (2)
			Ramah lingkungan (3)
		Pelayanan (X1.3)	Ramah (1)
			Cepat (2)
	Harga (X2)	Daftar Harga (X2.1)	Harga terjangkau (1)
			Pembayaran mudah (2)
			Potongan harga (3)
	Lokasi (X3)	Lokasi (X3.1)	Mudah dijangkau (1)
			Lokasi di pinggir jalan (2)
	Promosi (X4)	Iklan (X4.1)	Menarik (1)
			Mudah dipahami (2)
			Jujur (3)
		Sales promotion (X4.2)	Pemberian hadiah (1)
			Pemberian diskon (2)
		Personal selling (X4.3)	Gaya bahasa (1)
			Sikap dalam berkunjung (2)
		Publisitas (X4.4)	Brosur (1)
			Koran (2)
			Televisi (3)
			Baliho (4)

Sumber : Kotler (1997), Kotler (2005), Sri Ardani (2005), (Diolah, 2012)

3.8 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Suryabrata (2008:60) mendefinisikan uji validitas yaitu sejauh mana suatu instrument merekam/mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Secara, teori terdapat tiga macam validitas instrument, yaitu validitas isi, validitas construct dan yang terakhir yaitu validitas berdasarkan kriteria. Untuk menguji validitas alat ukur dalam penelitian ini, peneliti melihat alat ukur berdasarkan arah isi yang diukur yang disebut Validitas isi (*Content Validity*).

Validitas isi menunjukkan sejauh mana item-item yang dilihat dari isinya dapat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Validitas isi alat ukur ditentukan melalui pendapat profesional dalam proses telaah soal sehingga item-item yang telah dikembangkan memang mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. (Suryabrata, 2008:61).

Untuk menguji validitas dapat digunakan rumus korelasi *product moment* dari Arikunto (2002:146) sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi

n = banyaknya sampel (amatan)

x = skor item (pertanyaan)

y = jumlah skor total

Sugiono dalam penelitian Rahmawati (2005) menyatakan bahwa item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasinya

yang tinggi menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r=0,3$. Dengan demikian apabila korelasi antara butir dengan skor total $< 0,3$ maka butir dalam instrument tersebut tidak valid. Untuk selanjutnya hasilnya dibandingkan dengan nilai kritis pada tingkat signifikan 5% ($\alpha=0,05$). Dengan ketentuan jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis, maka alat ukur tersebut dikatakan valid.

b. Uji reliabilitas

Pengujian reliabilitas terhadap hasil skala dilakukan bila item-item yang terpilih lewat prosedur yang terpilih melalui analisis item diatas telah dikoordinasikan menjadi satu. Reliabilitas mengacu kepada konsistensi atau kepercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran (Azwar, 2000).

Untuk mengukur reliabilitas dapat digunakan rumus koefisien reliabilitas *alfa cronbach* dari Arikunto (2002:171) sebagai berikut:

$$r = \left\{ \frac{K}{K-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\delta_1^2} \right\}$$

Dimana:

R = reliabilitas instrument

K = banyaknya butir pertanyaan (quisioner)

$\sum \delta_b^2$ = jumlah varian butir

δ_1^2 = varian total

Secara statistik angka korelasi yang diperoleh dibandingkan dengan angka kritis tabel korelasi nilai. Apabila responden adalah 100 responden, maka derajat kebebasan (*degree of freedom / df*) adalah 98 ($N-2 \rightarrow 100-2 = 98$). Pada table korelasi nilai untuk signifikan 5% adalah 0,220. (Sugiono, 1997). Dengan demikian suatu instrument dapat dikatakan reliabel jika memiliki koefisien keandalan.

3.9 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis faktor yaitu metode untuk menganalisis sejumlah observasi dipandang dari segi interkorelasinya, untuk menetapkan apakah variasi-variasi yang nampak dalam observasi itu mungkin berdasar atas sejumlah kategori dasar yang jumlahnya lebih sedikit daripada yang nampak dalam observasi itu (Suryabrata, 1995:274).

Analisis faktor merupakan sebuah pendekatan statistik yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan diantara variabel-variabel dan untuk menjelaskan variabel-variabel ini dalam pendekatan statistik yang mencakup penemuan sebuah atau beberapa konsep yang diyakini sebagai sumber yang melandasi seperangkat variabel nyata. Maka jika terdapat seperangkat variabel yang telah dikorelasikan dengan analisis faktor dapat dikurangi dan diatur sehingga menjadi penyederhanaan variabel. Hal ini dilakukan dengan meminimalkan informasi yang hilang akibat analisis ini, atau untuk mendapatkan informasi yang sebanyak mungkin.

Proses analisis faktor menurut Susanto (2005:11) adalah untuk menemukan hubungan (*interrelationship*) antar sejumlah variabel-variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal.

Prinsip kerja analisis faktor adalah dari n variabel yang diamati, dimana beberapa variabel mempunyai korelasi maka dapat dikatakan variabel tersebut memiliki p faktor umum (*common factor*) yang mendasari korelasi antar variabel dan juga m faktor unik (*unique factor*) yang membedakan tiap variabel. Model matematis dasar analisis faktor yang digunakan seperti dikutip dari Malhotra 1993 dalam skripsi Hasanudin (2011) yaitu:

$$F_{if} = b_{fi} X_{i1} + b_{f2} X_{i2} + \dots + b_{fv} X_{iv}$$

Dimana :

F_{if} = faktor scores individu I dalam faktor f

B_{iv} = koefisien faktor dalam variabel v

X_{iv} = nilai individu i dalam variabel v

Faktor-faktor khusus tersebut tidak saling berhubungan satu sama lain, juga tidak ada korelasinya dengan faktor umum. Faktor-faktor umum sendiri dapat dinyatakan sebagai kombinasi linear dari variabel yang dapat diamati dengan rumus :

$$X_{iv} = a_{v1} f_{i1} + a_{v2} f_{i2} + a_{v3} f_{i3} + \dots + e_{iv}$$

Dimana :

i = indeks untuk individu i

v = indeks untuk variabel v

X_{iv} = nilai individu i dalam variabel f

F_{if} = faktor scores individu I dalam faktor f

a_{vf} = faktor loading variabel v dalam faktor f

e_{iv} = sebuah variabel pengganggu yang memasukkan seluruh variasi di X yang tidak dapat dijelaskan oleh faktor-faktor.

Menurut Subhash Sharma (1996) yang dikutip dari skripsi Hj. Fithriyah, SE tabel KMO ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Ukuran Kaiser-Meyer-Olkin

Ukuran KMO	Rekomendasi
$\geq 0,90$	Baik Sekali
$\geq 0,80$	Baik
$\geq 0,70$	Sedang
$\geq 0,60$	Cukup
$\geq 0,50$	Kurang
Di bawah 0,50	Di Tolak

Sumber: Aida Laili Fitriyani, 2012, Skripsi Hj. Fithriyah, makalah dikutip dari Subhas Sharma, 1996. *Applied Multivariate Technique*, 1st Edition, John Willey, Inc. Toronto, Hal 10 (2012)

Tahap-tahap yang dilakukan dalam analisa faktor adalah seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini.

1. Uji Interdependensi Variabel-Variabel

Uji interdependensi variabel adalah pengujian apakah antar variabel yang satu dengan yang lain mempunyai keterkaitan atau tidak. Dimana terdapat kemungkinan lebih dari dua variabel berkorelasi. Variabel yang digunakan untuk analisis selanjutnya hanya variabel yang mempunyai korelasi dengan variabel lain dan variabel yang hampir tidak mempunyai korelasi dengan variabel lain, maka

variabel tersebut akan dikeluarkan dari analisis. Pengujian dilakukan melalui pengamatan terhadap ukuran kecukupan sampling (MSA), nilai KMO dan hasil uji Bartlett.

a) Uji Kecukupan Sampling/*Measures of Sampling Adequacy* (MSA)

Measures of sampling adequacy (MSA), merupakan indeks yang dimiliki setiap variabel yang menjelaskan apakah sampel yang diambil dalam penelitian cukup untuk membuat variabel-variabel yang ada saling terkait secara parsial. Nilai MSA berkisar antara 0 sampai 1, dengan syarat-syarat sebagai berikut:

- $MSA = 1$, variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.
- $MSA > 0,5$, variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- $MSA < 0,5$, variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisa lebih lanjut, atau bisa juga dikeluarkan dari variabel lain.

Hanya variabel yang memiliki ukuran kecukupan sampling (MSA) diatas ($>0,5$) yang akan diterima dan dimasukkan ke dalam analisis.

b) Nilai *Keiser-Meyer-Olkin* (KMO)

Nilai KMO ini merupakan test statistik yang merupakan indikator tepat tidaknya penggunaan metode analisis faktor dalam suatu penelitian. Nilai KMO merupakan sebuah indeks perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan korelasi parsialnya. Nilai KMO dianggap mencukupi bila $>0,5$, dimana nilai ini akan memberikan bahwa analisis yang paling layak digunakan adalah analisis faktor. Jika nilai KMO sama dengan 1 maka ini menunjukkan bahwa analisis faktor merupakan analisis yang sangat sesuai, tetapi jika KMO kurang dari 0,5

akan menunjukkan bahwa analisa faktor bukan suatu alat analisis yang tepat untuk penelitian tersebut.

c) Uji Bartlett

Uji Bartlett mempunyai keakuratan (signifikansi) yang tinggi, dimana uji Bartlett memberikan implikasi bahwa matrik korelasi cocok untuk menganalisa faktor hasil Bartlett's yang merupakan hasil uji atas hipotesa.

2. Ekstraksi Faktor

Ekstraksi faktor menggunakan *Principal Component Analysis* (PCA). Dalam metode ini diharapkan dapat diperoleh hasil yang dapat memaksimumkan presentase varian yang mampu dijelaskan dengan model.

Hasil ekstraksi adalah faktor-faktor dengan jumlah yang sama dengan jumlah variabel-variabel yang diekstraksi. Pada tahap ini akan diketahui sejumlah faktor yang dapat diterima atau layak mewakili seperangkat variabel dengan alternatif penggunaan faktor eigen value >1 dan dengan presentase varian 5%.

Dalam penelitian ini, meskipun pada mulanya variabel-variabel yang dianalisis telah dikelompokkan secara teoritis kedalam sejumlah tertentu faktor, namun untuk penentuan jumlah faktor yang dianalisis dan diinterpretasi selanjutnya akan didasarkan pada hasil analisis tahap ini.

3. Faktor Rotasi

Dimana sebelum melakukan rotasi kita harus memahami faktor mana saja yang dirotasi sehingga dalam rotasi diperlukan dua langkah, antara lain:

a) Faktor Sebelum Rotasi

Pada tahap ini didapatkan matrik faktor, merupakan model awal yang diperoleh sebelum dilakukan rotasi. Koefisien yang ada pada model setiap faktor diperoleh setelah dilakukan proses pembakuan terlebih dahulu, koefisien yang diperoleh saling dibandingkan. Dimana koefisien (faktor loading) yang signifikan ($>0,5$) pada setiap model faktor dapat dikatakan bisa mewakili faktor yang terbentuk. (Rahayu, 2005)

b) Faktor Setelah Rotasi

Rotasi faktor dilakukan karena model awal yang diperoleh dari matriks faktor sebelum dilakukan rotasi belum menerangkan struktur data yang sederhana sehingga sulit untuk diinterpretasikan.

Rotasi faktor digunakan dengan metode varimax, metode ini terbukti cukup berhasil untuk membentuk model faktor yang dapat diinterpretasikan. Hal ini karena metode varimax bekerja dengan menyederhanakan kolom-kolom matrik faktor. Sebuah variabel dikatakan tidak dapat diinterpretasikan atau tidak mewakili satu faktor karena tidak mewakili faktor loading $\geq 0,5$ pada satu faktor.

4. Interpretasi Faktor

Interpretasi faktor merupakan kelanjutan dari rotasi faktor. Dimana interpretasi merupakan pendefinisian variabel yang mempunyai bobot yang besar pada faktor yang sama. Faktor tersebut kemudian diinterpretasikan dengan kata-kata, dimana tahapan interpretasi faktor dapat dilakukan sebagai berikut:

a. Perhitungan skor

Interpretasi dimulai dari total varian dari faktor yang terbentuk pada urutan pertama, dan jika dilihat dari scree plot maka interpretasi akan bergerak dari faktor paling kiri ke faktor yang paling kanan pada setiap baris untuk mencari nilai yang paling besar dalam baris tertentu.

b. Memilih variabel pengganti

Dengan memeriksa matrik faktor (component rotasi), dimana dipilih variabel yang mempunyai bilangan yang paling besar yang menunjukkan dalam faktor mana setiap variabel tersebut berada, dengan demikian dapat diketahui variabel mana saja yang masuk ke dalam faktor.