

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Tuban Jawa Timur, yaitu pada pembeli Mobil Pribadi Merek Toyota. Dengan pertimbangan bahwa sekarang banyak perusahaan yang baru berdiri dikota Tuban yang membuat Ekonomi masyarakat Tuban semakin tinggi yang akan membuat bertambahnya orang kaya baru di kota Tuban sehingga permintaan akan barang mewah seperti Mobil pribadi semakin meningkat, sehingga peneliti bisa mendapatkan data atau responden yang diharapkan.

1.2. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan metode penelitian *Survey* menurut Babbie (1990) dalam Creswell (2010:18). Penelitian *survey* adalah penelitian yang berusaha memaparkan secara kuantitatif kecenderungan, sikap, atau opini dari suatu populasi tertentu dengan meneliti satu sampel dari populasi tersebut. Penelitian ini meliputi studi-studi yang menggunakan kuesioner atau wawancara yang terencana dalam pengumpulan data, dengan tujuan untuk menggeneralisasi populasi berdasarkan sampel yang sudah ditentukan. Dalam penelitian ini adalah konsumen Mobil Pribadi Merek Toyota di kota Tuban Jawa Timur

1.3. Populasi dan sampel

Menurut Asnawi dan Masyhuri (2011:117) Populasi yang berarti serumpun atau sekelompok objek yang menjadi masalah sasaran penelitian.

Menurut Sugiyono (1999:72) mengemukakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Ariestonandri (2006:93) populasi adalah himpunan “unit” orang, obyek, atau kejadian yang menjadi bahan perhatian studi.

Dalam penelitian ini populasi tidak diketahui dikarenakan tidak didapatkan data pembeli mobil Pribadi merek Toyota dari Instansi Pemerintah dan Daeler Toyota sehingga Populasi tidak dapat dideteksi.

1.4. Teknik dan pengambilan sampel

Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian ini adalah *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (1999: 77). *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu nasabah yang secara kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Populasi yang diambil sebagai sampel adalah responden yang peneliti temui di lokasi penelitian. Dalam hal ini adalah Konsumen Mobil pribadi merek Toyota di kota Tuban adapun jumlah yang diambil dalam penelitian ini adalah 105 Responden. Menurut Maholtra (1993) dalam Asnawi dan Masyhuri (2011: 143) besarnya sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah item dengan 5 maka diperbolehkan sehingga jumlah sampel yang diambil semakin banyak. Hal ini dilakukan karena populasi tidak diketahui.

1.5. Jenis data dan sumber data

Menurut Umar (2003:130) Pengumpulan data dapat menggunakan data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah merupakan data yang didapatkan dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil pengisian kuesioner atau hasil wawancara yang biasa dilakukan oleh peneliti, sumber disini diambil dari konsumen mobil pribadi merek Toyota di kota Tuban Jawa Timur.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Menurut Sunyoto (2011: 23) data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan sumber dari lainnya yaitu dengan mengadakan studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan obyek penelitian atau dapat dilakukan dengan menggunakan data dari biro Pusat Statistik (BPS). Dari penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku-buku, jurnal, dan laporan penelitian.

1.6. Teknik pengumpulan data

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

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survey. Kuesioner (*Questioner*) yaitu teknik mengumpulkan data dengan cara menyebarkan angket atau daftar pertanyaan kepada responden agar diperoleh keterangan yang terperinci.

Kuesioner tersebut telah sedemikian rupa dan jawaban yang diharapkan telah disediakan sehingga responden hanya tinggal memilih jawaban yang dianggap paling sesuai. Dalam ini yang dimaksud pengisian kuesioner adalah konsumen mobil pribadi merek toyota di kota Tuban Jawa Timur.

Kuesioner digunakan sebagai alat bantu dalam pengumpulan data yang diatur sedemikian rupa sehingga bisa mempermudah peneliti untuk menganalisis data dari responden dengan menggunakan analisis SPSS.

1.7. Skala pengukuran

Pengukuran jawaban responden dapat diukur melalui pemberian skor pada jawaban mereka. Sedangkan Dalam pemberian skor maka digunakan skala Likert yang menurut Umar (2003: 214) adalah "skala likert" merupakan skala yang meminta kepada responden untuk menunjukkan persetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan tentang suatu obyek. Selanjutnya dalam prosedur skala likert ini adalah menentukan skor atas setiap pertanyaan dalam kuesioner yang disebarkan. Biasanya memiliki 5 atau 7 kategori didalam penilaian dimana masing-masing pertanyaan diberi skor satu sampai lima. Sangat setuju dengan nilai 5, setuju dengan nilai 4, netral dengan nilai 3, tidak setuju dengan nilai 2, dan sangat tidak setuju dengan nilai 1,

3.8. Definisi operasional variabel

Operasional variabel-variabel dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memudahkan atau mengarahkan dalam menyusun alat ukur data yang diperlukan berdasarkan kerangka konseptual yang telah ditemukan batasan operasional dan

masing-masing variabel penelitian. Dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis variabel, yaitu :

3.8.1. Variabel bebas (*independent variabel*) dengan notasi X adalah Kelompok Acuan, dengan sub variabel sebagai berikut :

1. Keluarga (X1) :keluarga adalah sebagai acuan secara langsung bagi konsumen untuk menentukan keputusan pembelian suatu produk. Sedangkan indikator dari Keluarga adalah:

- a. ayah
- b. Ibu
- c. Anak
- d. Suami/istri
- e. Norma keluarga
- f. Dorongan keluarga

2..Kelompok persahabatan (X2) : adalah kelompok informal dan mungkin bisa membentuk perilaku seseorang. Sedangkan indikator dari kelompok persahabatan adalah :

- a. Komunitas
- b. Teman akrab
- c. Berbagi pengalaman
- d. Memberi informasi
- e. Memberi saran
- f. Memberi motivasi

3. Kelompok kerja (X3) : adalah kelompok dalam dunia pekerjaan yang memungkinkan bisa mempengaruhi perilaku seseorang. Sedangkan indikator dari kelompok teman kerja adalah:

- a. Karyawan
- b. Bertemu ditempat kerja
- c. Teman bisnis
- d. Memberi informasi
- e. Memberi saran
- f. Memberi motivasi

3.8.2. Variabel terikat (Y) (*Dependent Variable*) variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh variabel lain. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah seseorang yang memutuskan setiap komponen dari suatu keputusan pembelian apakah akan membeli dan dimana akan membeli. Dengan indikator sebagai berikut:

- a. Pengaruh Keluarga
- b. Pengaruh kelompok Sahabat
- c. Pengaruh kelompok kerja.

Tabel 3.1
Definisi operasional variabel

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Kelompok Acuan	Keluarga (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ayah (X_{1,1}) 2. Ibu (X_{1,2}) 3. Anak (X_{1,3}) 4. Suami/istri (X_{1,4}) 5. Norma keluarga (X_{1,5}) 6. Dorongan keluarga (X_{1,6}) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli mobil Toyota karena ayah 2. Membeli mobil Toyota karena ibu 3. Membeli mobil Toyota karena anak 4. Membeli mobil Toyota karena keputusan suami/istri 5. Membeli mobil karena menyesuaikan keluarga 6. Membeli mobil karena dorongan keluarga
	Kelompok persahabatan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunitas (X_{2,1}) 2. Teman akrab (X_{2,2}) 3. Berbagi pengalaman (X_{2,3}) 4. Memberi informasi (X_{2,4}) 5. Memberi saran (X_{2,5}) 6. Memberi motivasi (X_{2,6}) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyesuaikan dengan komunitas 2. Mempunyai selera yang sama 3. Menyesuaikan dengan teman bisnis 4. Mengetahui mobil Toyota dari sahabat 5. Membeli mobil Toyota atas saran sahabat 6. Membeli mobil Toyota karena dorongan sahabat
	Kelompok kerja (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan (X_{3,1}) 2. Bertemu ditempat kerja (X_{3,2}) 3. Teman bisnis (X_{3,3}) 4. Memberi informasi (X_{3,5}) 5. Memberi saran (X_{3,5}) 6. Memberi motivasi (X_{3,6}) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teman satu perusahaan tempat bekerja 2. Interaksi yang sering dan intensif 3. Membeli mobil karena pengalaman teman kerja 4. Membeli mobil Toyota karena saran teman kerja 5. Mengetahui kualitas mobil Toyota dari teman kerja 6. Membeli mobil Toyota karena dorongan teman kerja
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan untuk membeli Mobil Pribadi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengaruh keluarga 2. Pengaruh sahabat 3. Pengaruh kelompok kerja

Sumber: Sumarwan diolah peneliti, 2014

3.9. Model dan analisis data

3.9.1. Uji validitas

Valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment pearson* dengan level signifikansi 5% dengan nilai kritisnya, dimana r dapat digunakan rumus.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

keterangan :

r_{xy} = Indeks korelasi pearson

n = Banyaknya sampel

X = skor item pertanyaan

Y = skor total item pertanyaan

Bila probalitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid.

3.9.2. Uji realibilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik Nur asnawi dan Masyhuri (2011: 170) untuk mengetahui suatu alat ukur itu reliabel dapat diuji dengan menggunakan rumus *alpha* sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

dimana :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_b^2 = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Instrumen dapat dikatakan reliabel bila memiliki koefisiens keandalan reliabilitas alpha 0,6 atau lebih maka variabel dikatakan reliabel sebaliknya jika dibawah 0,6 maka variabel tersebut tidak reliabel.

3.9.3. Uji asumsi Klasik

Uji ini dipakai sebagai alat untuk menjaga akurasi model hasil regresi yang diperoleh. Uji asumsi klasik berguna untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu model regresi yang akan di pakai sebagai model penjelas bagi pengaruh antar variabel.

a. Uji Non-Multikolinearitas

Tujuan Uji non-multikolonieritas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*variance inflaction faktor*), Pedoman suatu model yang bebas multikolinearitas yaitu mempunyai nilai $VIF \leq 4$ atau 5 Santoso (2002: 112).

b. Uji Non-Autokorelasi

Tujuannya untuk menguji apakah dalam sebuah model regrsi linier berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan

kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka terjadi autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Sunyoto (2011: 134) untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, melalui metode tabel Durbin-Watson yang dapat dilakukan melalui program SPSS, dimana secara umum dapat diambil patokan yaitu:

- 1) Jika angka D-W dibawah -2, berarti autokorelasi positif.
- 2) Jika angka D-W diatas +2, berarti autokorelasi negatif.
- 3) Jika angka D-W diantara -2 sampai dengan +2, berarti tidak ada autokorelasi.

c. Uji Non-Heteroskedastisitas

Tujuan dari Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah pada model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual, dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain jika tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas Sunyoto (2011: 134) Model uji Heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji koefisien korelasi *rank spearman* yaitu bagaimana menghubungkan antara *absolut residual* hasil regresi dengan semua variabel independen. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0.05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non-heteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

d. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, Variabel dependent, Variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan dengan mencari model regresi yang terbaik lalu di uji residualnya. Priadana dan Muis (2009: 192).

3.9.4. Analisis regresi linier berganda

Dalam penelitian ini akan digunakan analisis regresi linier berganda dengan formula sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Keputusan pembalian

a = Konstanta

X₁ = Keluarga

X₂ = Kelompok Persahabatan

X₃ = Kelompok kerja

b_{1-by} = koefisien regresi

ε = kesalahan pengganggu

3.9.5. Uji simultan (uji F)

Dipergunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama sama terhadap variabel terikat :

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2)(n - K - 1)}$$

Dimana :

F = Pendekatan distribusi probabilitas Fischer

R^2 = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel bebas

N = Banyaknya sampel

Jika nilai $F_{tabel} > F_{hitung}$ pada tingkat kesalahan 5% maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Namun jika $F_{tabel} < F_{hitung}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Dengan kriteria pengujian

H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$

3.9.6. Uji parsial

Untuk mengetahui apakah secara individu variabel bebas mempunyai pengaruh yang nyata atau tidak terhadap variabel dalam hal ini menggunakan uji t (*t-test*) dengan rumus :

$$Th = \frac{b_i}{SE b_i}$$

Keterangan :

Th = t hitung

b_i = koefisien

SEb_i = standart error koefisien regresi

Perumusan Hipotesis H_0 da H_a sebagai berikut:

1. H_0 = Variabel Keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H_a = Variabel Keluarga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. H_0 = Variabel Kelompok sahabat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H_a = Variabel Kelompok sahabat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. H_0 = Variabel Kelompok teman kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H_a = Variabel Kelompok teman kerja berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti secara parsial ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya.

Apabila $T_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya.

3.9.7. Uji Dominan

Untuk menguji variabel dominan adalah terlebih dahulu diketahui kontribusi masing-masing variabel bebas yang diuji terhadap variabel terikat. Kontribusi masing-masing diketahui dari koefisien determinasi regresi sederhana terhadap variabel terikat atau diketahui bahwa variabel yang dominan pengaruhnya adalah variabel yaitu memiliki kontribusi besar dan kemudian di kuadratkan dalam bentuk persen Sulhan (2011:14).