

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Obyek penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat di mana penelitian tersebut dilakukan, sedangkan obyek penelitian adalah sesuatu hal yang akan dikumpulkan sebagai bahan dalam penelitian. Dalam penelitian ini lokasi penelitian dilakukan di Astra Motor Center Semarang, obyek penelitian pada penelitian ini adalah jawaban atas tanggapan pernyataan responden melalui kuesioner yang diberikan.

3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik *Sampling*

Populasi dan sampel adalah hal yang memiliki suatu keterkaitan. Menurut Siyoto dan Sodik (2015), populasi adalah wilayah generalisasi dari kumpulan obyek dan subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang diambil oleh peneliti, sedangkan sampel merupakan bagian terkecil dari populasi yang dapat mewakili populasinya. Populasi atau daerah generalisasi dalam penelitian ini merupakan pembeli sepeda motor Honda Beat yang berada di Astra Motor Semarang dengan tahun produksi 2021. Jumlah pengambilan sampel diambil dengan menggunakan rumus Lemeshow, rumus ini digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui, dengan rumus sebagai berikut: Rumus penentuan jumlah sampel:

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

n = ukuran sampel

z^2 = statistik pada tingkat kepercayaan 95% = 1,96

P = antisipasi proporsi populasi = 5%

d = presisi absolut / sampling error = 10%

Maka, perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini, sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,05 (1 - 0,05)}{0,01^2}$$

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 100 responden

Teknik *sampling* perlu dilakukan supaya terhindar dari *biased sample* yaitu pengambilan sampel tidak dari seluruh golongan dalam populasi namun hanya golongan tertentu saja (Achmadi dan Narbuko, 2007). Teknik *sampling* pada penelitian ini menggunakan Teknik *non probability sampling* yaitu pengambilan sampel yang tidak seluruh anggota dari populasi dipilih menjadi sampel (Achmadi dan Narbuko, 2007). Penelitian ini akan menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau seleksi khusus (Siyoto dan Sodik, 2015). Pada penelitian ini digunakan Teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut pembeli motor Honda Beat tahun 2021 yang berada di Astra Motor Kota Semarang.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data pada penelitian ini menggunakan jenis data primer, karena peneliti mengumpulkan dan mendapatkan data yang langsung didapatkan dari sumber datanya. Sumber data dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pembeli dari sepeda motor Honda Beat yang berada di Astra Motor Center Kota Semarang pada tahun 2021. Di mana jawaban responden pada kuesioner merupakan data yang selanjutnya diolah oleh peneliti sebagai bahan pengujian hipotesis.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini peneliti menggunakan instrumen kuesioner/angket secara *online* menggunakan google form dengan cara menyebarkan melalui pesan whatsapp, line dan sebagainya. Bentuk kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner tertutup, di mana responden menjawab pilihan jawaban yang menurutnya paling sesuai. Responden diberikan angket tertutup dengan skala likert. Responden diberikan pilihan jawaban dengan interval angka 5 sebagai

jawaban "Sangat Setuju" hingga angka 1 sebagai jawaban "Sangat Tidak Setuju".

3.3.3 Uji Validitas

Salah satu syarat dari suatu alat ukur adalah alat ukur yang digunakan dalam mengukur harus valid atau sesuai dengan objek atau persoalan yang akan diukur. Menurut Dixon, dkk. (2004) dalam Siyoto (2015) bahwa tes akan dikatakan valid apabila dapat mengukur yang akan diukur. Pada penelitian ini uji validitas akan diuji dengan rumus Product Moment Pearson yang diolah dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS. *Item* pernyataan kuesioner dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

3.3.4 Uji Reliabilitas

Selain alat ukur harus valid suatu alat ukur juga harus memenuhi syarat bahwa harus reliabel atau dapat dipercaya. Menurut Azwar (2012) dalam Siyoto (2015) bahwa suatu alat ukur harus akurat dalam mengukur yang diukur, dan akan menghasilkan ukuran yang sama saat pengukuran dilakukan ulang. Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan rumus Cronbach Alpha yang diproses menggunakan aplikasi IBM SPSS. Data pada penelitian dikatakan reliabel apabila menghasilkan nilai Cronbach Alpha $\geq 0,6$,

3.4 Analisis Data

3.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis data adalah proses yang dilakukan setelah seluruh data telah terkumpul. Penelitian ini menggunakan analisis data statistik deskriptif yaitu analisis dengan memberikan gambaran data yang diperoleh sebagaimana adanya (Siyoto dan Sodik, 2015). Sebagai analisis statistik deskriptif maka akan dibagi menjadi tiga kelompok berdasarkan rata-rata nilai (*mean*) dari skala likert, dengan kategori sebagai berikut:

- Kategori "Rendah" = nilai rata-rata 1 – 1,33
- Kategori "Sedang" = nilai rata-rata 1,34 – 3,67
- Kategori "Tinggi" = nilai rata-rata 3,68 – 5

3.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pada penelitian ini dilakukan analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh antara produk (X1), harga (X2), promosi (X3), distribusi (X4) terhadap keputusan pembelian pada konsumen sepeda motor Honda Beat (Y). Berikut merupakan persamaan analisis regresi linear berganda dari penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian konsumen

a = konstanta dari keputusan regresi

X1 = produk (*product*)

X2 = harga (*price*)

X3 = promosi (*promotion*)

X4 = distribusi

b1, b2, b3 = Koefisien regresi variabel X

e = variabel residual

3.4.3 Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji signifikansi simultan bertujuan untuk menguji apakah ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara simultan dengan variabel tetapnya (Muhson, 2015). Pada penelitian ini uji F dilakukan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara variabel produk (X1), variabel harga (X2), dan variabel promosi (X3), dan variabel distribusi (X4) secara bersama (simultan) apakah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat (Y). Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan Fhitung dengan derajat signifikansi 0,05, dengan kriteria sebagai berikut (Muhson, 2015):

- Jika, $F_{hitung} < sig. 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel tetap.
- Jika, $F_{hitung} \geq sig. 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel tetap.

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji signifikansi parsial bertujuan untuk menguji apakah ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara individual dengan variabel tetapnya (Muhson, 2015). Pada penelitian ini uji signifikansi parsial dilakukan berguna untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara variabel produk (X1), variabel harga (X2), dan variabel promosi (X3), variabel distribusi (X4) secara individual berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat (Y). Pengambilan keputusan uji signifikansi parsial dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas signifikansi (sig) dengan derajat signifikansi 0,05: jika, nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (Sugiyono, 2015).

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar informasi yang dijelaskan oleh variabel bebas terhadap variabel tetap pada model penelitian yang digunakan (Muhson, 2015). Interpretasi terhadap nilai determinasi atau R^2 yaitu 0-1, yang menunjukkan apakah ada korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat (Sugiyono, 2017).