

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian dapat didefinisikan sebagai eksplorasi sistematis, dan analisis informasi yang sudah ada, serta menghasilkan wawasan baru, dengan tujuan berkontribusi terhadap kemajuan umat manusia. Penelitian adalah upaya metodis yang dilakukan untuk memperoleh pengetahuan baru, mengevaluasi hipotesis, atau menjawab pertanyaan spesifik dalam bidang ilmiah (Ardyan et al., 2023). Menurut (Ardyan et al., 2023) selama proses merancang penelitian, penting bagi peneliti untuk mempertimbangkan berbagai variabel dengan cermat, termasuk tujuan penelitian, karakteristik pertanyaan penelitian, dan sumber daya yang tersedia. Peneliti perlu berhati-hati dalam memilih metode pengumpulan data, teknik pengambilan sampel dan prosedur analisis data yang sesuai dengan desain penelitian.

Menurut Creswell (Ardyan et al., 2023) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif sering dikaitkan dengan paradigma positivis yang bertujuan untuk mengukur fenomena dengan cara yang memungkinkan dilakukannya analisis statistik. Metode kuantitatif umumnya menggunakan metode pengumpulan data seperti survei, eksperimen atau pemeriksaan kumpulan data yang sudah ada sebelumnya.

3.2 Objek/Subjek Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Menurut (Ardyan et al., 2023) objek penelitian adalah fenomena atau hal yang menjadi fokus penelitian. Objek penelitian dapat berupa hal yang bersifat fisik, abstrak, atau gabungan dari keduanya. Objek pada penelitian ini adalah ban mobil pada Toko Sumber Ban berkaitan dengan faktor Motivasi, Persepsi, Keyakinan dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian.

3.2.2 Subjek Penelitian

Menurut (Yunus et al., 2023) subjek penelitian adalah keseluruhan subjek penelitian dalam/dari suatu penelitian. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah konsumen yang memiliki keputusan untuk membeli produk ban mobil di Toko Sumber Ban Palembang.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Kasmir, 2022) populasi area apakah organisasi, orang, wilayah, atau data lainnya yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini yaitu 4.915 konsumen yang melakukan pembelian ban mobil di Toko Sumber Ban Palembang.

3.3.2 Sampel

Menurut (Kasmir, 2022) sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan data dalam penelitian. Penentuan pemilihan sampel harus memiliki homogenitas, sehingga hasil penelitian menjadi lebih tepat. Penentuan sampel tidak dapat dilakukan secara sembarangan, akan tetapi harus mengikuti prosedur tertentu yang telah ditetapkan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Non Probability Sampling* dan metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Menurut (Kasmir, 2022) nonprobability sampling adalah sebuah metode penelitian yang unsur populasinya tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama. Kriteria dalam pengambilan sampel yaitu pelanggan yang telah melakukan pembelian ban di Toko Sumber Ban sebanyak satu kali.

Dalam pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yang informasinya diperoleh pada sasaran tertentu yang memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Untuk menentukan jumlah sampel penelitian menggunakan rumus Slovin (Kasmir, 2022):

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi (*error tolerance*)

Dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan sebesar 90% dengan jumlah populasi sebanyak 4.915 konsumen dalam kurun waktu 3 tahun, yang dimana ada sebanyak 3.713 atau sebesar 76% untuk konsumen ban mobil truk dan ada sebanyak 1.202 konsumen atau sebesar 24% untuk jumlah konsumen ban mobil pribadi, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{4.915}{1 + 4.915 (0,1)^2}$$

$$n = 98$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh sampel (n) pada penelitian ini sebanyak 98 konsumen Toko Sumber Ban Palembang yang akan dijadikan sebagai responden sampel penelitian. Jumlah sampel untuk kosumen ban mobil pribadi adalah sebesar 76%, yaitu ada sebanyak 74 responden. Jumlah sampel untuk kosumen ban mobil truck adalah sebesar 24%, yaitu ada sebanyak 24 responden.

3.4 Jenis Data

3.4.1 Data Primer

Pada penelitian ini sumber data primer yang akan digunakan adalah hasil wawancara dan hasil pengisian kuesioner pelanggan yang melakukan pembelian produk ban mobil.

3.4.2 Data Sekunder

Pada penelitian ini data sekunder yang digunakan diperoleh melalui buku, artikel, dan jurnal terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Kriyantono, 2022) teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden, disebut juga sebagai angket. Tujuan penyebaran kuesioner adalah untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pernyataan.

Dalam penelitian ini setiap pernyataan mempunyai lima tanggapan dengan menggunakan skala likert. Menurut (Sugiyono, 2023), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial.

Tabel 3. 1 Penilaian Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3

Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: (Sugiyono, 2023)

3.6 Definisi Operasional

Tabel 3. 2 Indikator Variabel

No	Variabel	Indikator Variabel	Skala
1	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler dan Keller (Indrasari, 2019) indikator keputusan pembelian suatu produk dalam penelitian kali ini adalah: 1. Pilihan merek 2. Pilihan penyalur 3. Jumlah Pembelian	Interval
2	Motivasi (X ₁)	Menurut (Setiadi, 2019) motivasi yang dimiliki oleh konsumen secara garis besar dapat dibagi menjadi dua indikator yaitu : 1. Motif Rasional 2. Motif Emosional	Interval
3	Persepsi (X ₂)	Menurut (Yudawisastra et al., 2024) , persepsi dapat dibagi menjadi tiga bagian besar yaitu: 1. Persepsi tentang harga 2. Persepsi tentang citra toko 3. Persepsi tentang citra merek 4. Persepsi tentang layanan	Interval
4	Keyakinan (X ₃)	Menurut (Yudawisastra et al., 2024) indikator keyakinan konsumen adalah sebagai berikut: 1. Pengalaman pribadi 2. Pengaruh sosial 3. Pengetahuan produk	Interval

5	Sikap (X_4)	Indikator sikap konsumen menurut (Yudawisastra et al., 2024) adalah: 1. Keyakinan Merek 2. Evaluasi Merek 3. Niat Membeli	Interval
---	-----------------	--	----------

Sumber: Peneliti, 2024

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2023) mengatakan bahwa pada teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif deskriptif, data yang terkumpul diolah dengan menggunakan program aplikasi SPSS 27. Teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.7.1 Uji Validitas

Menurut (Kasmir, 2022) uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner atau instrumen penelitian yang akan digunakan. Kevalidan suatu alat ukur sangat menentukan apa yang akan diukur sehingga akan memberikan hasil yang sesungguhnya. Uji validitas dapat diketahui dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah sampel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pernyataan tersebut dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Kasmir, 2022) reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur instrumen penelitian dapat dipercaya. Kuesioner dapat dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban terhadap pernyataan dari kuesioner tersebut konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dapat menggunakan rumus Alpha Cronbach untuk instrumen yang berbentuk angket atau skala. Hasil uji reliabel dapat dikatakan apabila mendekati angka 0 atau 1, yang artinya makin mendekati makin reliabel. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh (Kasmir, 2022) yaitu jika koefisien Cronbach Alpha $< 0,50$ maka dinyatakan reliabel rendah, jika nilai alpha $> 0,70$ maka memiliki reliabilitas yang mencukupi, jika nilai alpha $> 0,70$ maka dapat dikatakan reliabel.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

3.7.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Kasmir, 2022) uji normalitas adalah uji yang dilakukan terhadap data apakah berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dapat digunakan dengan sampel sebanyak 30 ($n > 30$). Untuk memberikan kepastian perlu dilakukan pengujian normalitas dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov (K-S) dengan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data dapat dikatakan tidak berdistribusi normal.

3.7.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Kasmir, 2022) uji multikolinieritas adalah untuk memastikan ada tidaknya korelasi atau hubungan di antara variabel tersebut. Uji multikolinieritas dapat mempengaruhi nilai prediksi dari sebuah variabel bebas, akan tetapi mengurangi presidiknya. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan dilihat dari nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/\text{tolerance}$). Menurut (Kasmir, 2022) Nilai toleransi yang diberikan. Artinya jika nilai $VIF < 10,0$ artinya tidak terjadi multikolinieritas, dan jika nilai $VIF > 10,0$ maka terjadi multikolinieritas dalam uji model regresi.

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2021) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Scatterplot.

3.7.3.4 Uji Autokorelasi

Menurut (Kasmir, 2022) uji autokorelasi merupakan uji korelasi antara satu periode (t) dengan periode lainnya ($t-1$). Pengamatan dilakukan tersusun dalam serangkaian waktu (*time series*), sehingga muncul autokorelasi atau tidak. Uji autokorelasi

menggunakan cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dengan Uji Durbin Watson. Ukuran untuk menentukan terdapat autokorelasi atau tidak dapat, jika $d > 4$ maka hipotesis nol ditolak dan terdapat autokorelasi.

3.7.4 Uji Regresi Linear Berganda

Menurut (Ghozali, 2021) analisis regresi berganda adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas). Tujuan analisis regresi berganda adalah untuk mengukur intensitas hubungan dua variabel atau lebih. Persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien regresi

X_1 = Motivasi

X_2 = Persepsi

X_3 = Keyakinan

X_4 = Sikap

e = Error

3.7.5 Uji Hipotesis

3.7.5.1 Uji T (Parsial)

Menurut (Kasmir, 2022) uji t adalah uji yang digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Hasil uji t dapat dilihat dengan kriteria: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat, namun jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.7.5.2 Uji F (Simultan)

Menurut (Kasmir, 2022) uji F merupakan uji secara bersama-sama atau simultan dari seluruh variabel bebas yang ada dengan variabel terikat. Untuk menilai uji F adalah dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan kriteria: jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti tidak berpengaruh secara bersama-sama, namun jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ berarti berpengaruh secara bersama-sama.

3.7.5.3 Koefisien Determinan

Menurut (Kasmir, 2022) uji korelasi adalah uji untuk menjelaskan ada tidak besarnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis *R square* atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Ukuran nilai R mulai dari

0 sampai dengan 1, artinya angka 1 merupakan nilai tertinggi (100%).

