

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yang dilakukan didalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realitas apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu.¹ Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.² Dalam penelitian kuantitatif atau positivistik, yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa sesuatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungkan gejala bersifat kasual (sebab akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja.³ Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.

B. Sumber Data

Sesuai dengan latar belakang masalah, maka sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sumber Data Primer

Data primer atau yang pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber objek sebagai sumber informasi yang diberi. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Responden yang menjawab daftar koesioner tersebut adalah konsumen dealer Najwa Motor Desa Ngelo Wetan Kecamatan Mijen Kabupaten Demak tahun 2015.

¹Marzuki, *Metodologi Riset*, Ekonosia, Yogyakarta, 2005, hal. 14

²Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Belajar, Yogyakarta, 1997, hal. 5

³Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2010, hal. 63

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.⁴ Data sekunder ini peneliti peroleh dari dokumen, arsip, buku-buku literatur dan media alternatif lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Data-data ini diperoleh dari dokumentasi, pengamatan di dealer Najwa Motor, buku-buku dan jurnal penelitian yang mendukung bagi penelitian ini.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi, kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah penelitian, yaitu konsumen pada dealer Najwa Motor Desa Ngelo Wetan Kecamatan Mijen Kabupaten Demak tahun 2015 yang berjumlah 212 orang. Mengingat jumlah populasi cukup banyak, maka dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, dilakukan sampling (pengambilan sampel).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *Simple Random Sampling* (sampling acak sederhana). Karena penelitian mengambil sampel pada tahun 2015. Jumlah sampel diambil dengan menggunakan rumus.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Alfabeta, Bandung, 2013, hal. 193

⁵ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta, 2011, hal., 87

Rumus perhitungan besaran sampel:⁶

Keterangan :

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

n =Jumlah Sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

α =Nilai presisi (dalam persen atau $\alpha= 0,1$)

Contoh Perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{212}{212(0,1)^2 + 1} = \frac{212}{3,12} = 68$$

Dengan demikian, maka dari jumlah populasi 212 diperoleh ukuran sampel sebesar 68 sampel penelitian.

D. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi :

1. Variabel Independen : Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah status sosial (X_1), Motivasi (X_2), Persepsi (X_3).
2. Variabel Dependen : Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang

⁶M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Kencana Prenadamedia Group, Jakarta, 2005, hal. 115

menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁷ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

E. Definisi Operasional

Variabel dan definisi operasional akan dijelaskan sebagaimana tabel berikut:

Tabel .3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Pengukuran
Status Sosial (X ₁)	Tempat seseorang, secara umum dalam masyarakatnya a sehubungan dengan orang-orang lain dalam arti lingkungan pergaulannya dan hak serta kewajiban-kewajibannya ⁸	1. Ekonomi 2. kepribadian	a. memiliki tempat tinggal yang bagus. b. memiliki perabotan rumah tangga yang lengkap. c. cara berpakaian yang rapi. a. bergaul dengan orang-orang yang berkelas. b. mengisi waktu senggang dengan berlibur.	Skala <i>Likert</i>
Motivasi (X ₂)	Dorongan kebutuhan yang menyebabkan	1. Kebutuhan psikologis	a. Keinginan diri sendiri untuk memiliki motor. b. Memiliki	Skala <i>likert</i>

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2013.Hal: 39

⁸ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*, Kencana, Jakarta, 2010, hal. 226

	seseorang melakukan tindakan. ⁹	2. Kebutuhan fungsional	keinginan seperti yang dimiliki orang lain. a. Membeli produk yang memiliki nilai dan manfaat bagi konsumen. b. Membeli produk yang lebih utama dibutuhkan.	
Persepsi (X ₃)	Proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang	1. Harga 2. informasi	a. lebih memilih harga yang cenderung lebih murah. b. lebih memilih produk yang memiliki potongan harga yang lebih banyak. a. konsumen cenderung sering memperhatikan iklan dari produk yang	Skala <i>likert</i>

⁹ Ekawati Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran*, Sekolah Tinggi Agama Islam Negri (STAIN), Kudus, 2008, hal. 87

	memiliki arti. ¹⁰		ditawarkan sesuai dengan informasi yang ada. b. konsumen menginginkan produk yang berkualitas.	
Keputusan Pembelian (Y)	proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu di antaranya. ¹¹	1. Keinginan 2. Pengalaman masa lalu	a. Mengkategorikan jenis-jenis produk. b. Membeli produk secara sadar. a. Membeli produk sesuai dengan kebiasaan. b. Tidak memilih produk yang sudah pernah dimiliki. c. Membeli produk karna dipengaruhi oleh faktor lingkungan.	Skala <i>Liker</i>

¹⁰ Kotler, *Manajemen Pemasaran*, PT. Indeks, Jakarta, 2000, hal. 196

¹¹ Nugroho, *Op. Cit.*, hal. 331

Dalam metode survei didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang berifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut, sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), ragu-ragu (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1). Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.¹²

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner, metode observasi, metode dokumentasi.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila diketahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan Metode Angket (Kuisisioner).¹³

Kuesioner terdiri dari pertanyaan atau pernyataan yang meliputi variabel Status Sosial (X-1), Motivasi (X-2), Persepsi (X3), Keputusan Pembelian (Y). Dan angket didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan/Profesi. Pertanyaan ini digunakan untuk menganalisa jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan tertutup karena taraf kognisi akan menjadi faktor penting dalam menjawab pertanyaan tertutup.

¹² Sugiyono, *Op.Cit.*, hal. 93

¹³ *Ibid.*, hal. 142

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, tetapi melalui dokumen. Dokumen adalah catatan tertulis yang isinya merupakan pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa, dan berguna bagi sumber data, bukti, informasi kealamiah yang sukar diperoleh, sukar ditemukan, dan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.¹⁴ Dokumentasi diperoleh dari lokasi tempat penelitian di Najwa Motor Desa Ngelo Wetan Kecamatan Mijen Kabupaten Demak.

3. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.¹⁵ Observasi sebagai alat pengumpulan data harus sistematis artinya observasi serta pencatatannya dilakukan menurut prosedur atau aturan-aturan tertentu sehingga dapat diulangi kembali oleh peneliti lain. Selain itu hasil observasi itu harus memberikan kemungkinan untuk menafsirkan secara ilmiah.¹⁶

G. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner valid dan reliabel. Maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisisioner atau skala,

¹⁴ Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, CV Pustaka Setia, Bandung, 2011, hal. 83

¹⁵ M. Burhan Bungin, *Op. Cit.*, hal. 143

¹⁶ S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hal.

apakah item item pada kuisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.¹⁷

2. Realibilitas Instrumen

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrumen pengukuran dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Intrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0.06.

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur harusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten.¹⁸

Di dalam penelitian ini digunakan skala likert untuk memberi arti bagi jawaban responden yang dinyatakan dengan nilai 1-5. Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tersebut valid dan reliabel, maka dilakukan uji validitas membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* lebih besar 0,06.

H. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.¹⁹ Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance*

¹⁷ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Media Kom, Yogyakarta, 2010, hal. 90

¹⁸ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, hal. 113

¹⁹ Masrukin, *Metodologi Kuantitatif*, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus (STAIN), Kudus, 2009, hlm. 180

Inflation Faktor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi. Nilai yang umum dipakai adalah nilai toleransi 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.²⁰

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang menggunakan titik kritis, yaitu batas bawah (dl) dan batas atas (du). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *Intercept* (konstanta) dalam model regresi, serta tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas.²¹

Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:²²

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No desicison	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	No desicison	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$

²⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariati Dengan Program SPSS*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001, hal. 92

²¹ Masrukin, *Op. Cit.*, hal. 184

²² Imam Ghazali, *Op. Cit.*, hal. 100

Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$
--	---------------	-------------------

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.

Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak normal dapat dilakukan beberapa cara, yaitu:

- Tes statistik berdasarkan *kurtosis* dan *skewness*.
- Tes statistik berdasarkan *tes of normality* (*Shapiro-Wilk* dan *kolmogorov Smirnov test*).²³

d. Uji Data Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crossection* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).²⁴

²³Masrukin, *Op. Cit.*, hal.128

²⁴Imam Ghazali, *Op. Cit.*, hal. 125

I. Uji Statistik

1. Analisis Data Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel status sosial dan motivasi dan persepsi terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut:²⁵

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

$b_1b_2b_3$: Koefisien regresi

X_1 : Status sosial

X_2 : Motivasi

X_3 : Persepsi

e : Standar eror

2. Uji-t (Signifikansi Parameter Parsial)

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara T_{hitung} dan T_{tabel} dengan ketentuan:

$$T_{hitung} > T_{tabel} = H_0 \text{ ditolak (ada pengaruh)}$$

$$T_{hitung} < T_{tabel} = H_0 \text{ diterima (tidak ada pengaruh)}$$

²⁵ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika*, Bumi Aksara, Jakarta, 200, hal. 269

3. Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F.

Kesimpulan diambil dengan melihat F_{hitung} dan F_{tabel} dengan ketentuan:

$F_{hitung} > F_{tabel}$ = H_0 ditolak (ada pengaruh)

$F_{hitung} < F_{tabel}$ = H_0 diterima (tidak ada pengaruh)

4. Menghitung Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung semakin besar, hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerapkan variasi variabel tergantung.²⁶

²⁶ Imam Ghozali, *Op. Cit.*, hal. 44