

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis penelitian

Tipe riset ini ialah tipe riset lapangan(field research). Riset lapangan ataupun field research merupakan ialah jenis riset yang mencoba ikatan korelasional antara elastis dengan situasi area riset yang alami serta tingkatan keikutsertaan riset yang minimum.¹ Riset lapangan dipakai buat memperoleh informasi pokok, ialah dengan menghadiri tempat yang berhubungan buat melaksanakan observasi langsung kepada kegiatan- kegiatan yang dicoba serta dapat dicoba dengan metode tanya jawab atau pemberian angket.

2. Pendekatan Penelitian

Riset ini memakai metode pendekatan penelitian kuantitatif. Yang mana penelitian kuantitatif ini merupakan penelitian yang bekerja memakai nilai, yang informasinya berbentuk angka(angka ataupun angka, tingkatan, ataupun gelombang) yang dianalisis menggunakan statistic buat menanggapi persoalan ataupun anggapan riset yang karakternya khusus, serta buat melaksanakan perkiraan kalau sesuatu variable khusus mempengaruhi variable yang lain dengan ketentuan kuncinya merupakan percontoh yang didapat wajib representative(bisa menggantikan).²

3. Sumber Data

Informasi merupakan sekumpulan data ataupun nilai hasil pencatatan atas sesuatu peristiwa ataupun sekumpulan data yang dipakai guna menanggapi kasus riset. Informasi pula bisa dimaknai selaku materi anom yang butuh diolah alhasil menciptakan data ataupun penjelasan, bagus kualitatif ataupun kuantitatif yang membuktikan kenyataan. Informasi yang bagus dalam cara riset merupakan informasi yang bisa diyakini kebenarannya (keasliannya), tepat waktu, serta

¹ Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 2002), 92.

² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Eds. 1, Cet. 1*, (Kudus : Media Ilmu Press, 2016), 5.

sanggup melingkupi ruang lingkup yang besar, relevan, dan bisa membagikan cerminan utuh mengenai permasalahan riset yang lagi kita cermati.³

Pada biasanya, tipe informasi yang dipergunakan dalam penelitian adalah 2 yaitu berupa data primer dan data sekunder.

- a) Data Primer, yaitu data yang secara langsung serta lekas didapat dari informasi oleh periset buat tujuan yang spesial riset. Dengan tutur lain, informasi pokok merupakan informasi yang didapat langsung dari sumber awal, bagus lewat pemantauan pada responden serta informan.
- b) Data Sekunder, yaitu data yang telah lebih dahulu digabungkan serta dikabarkan oleh orang di luar periset sendiri, meski yang digabungkan itu sebetulnya merupakan informasi yang asli. Dengan tutur lain, informasi kedua merupakan informasi yang didapat dari pangkal kedua, tidak hanya dari yang diawasi yang bermaksud buat mensupport riset yang dicoba. Informasi kedua bisa pula dibidang selaku informasi tambah yang bisa dipakai buat memperkaya informasi supaya bisa yang diserahkan betul- betul cocok dengan impian periset serta menggapai titik bosan. Maksudnya informasi pokok yang didapat tidak diragukan sebab pula dibantu oleh informasi kedua.⁴

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan area abstraksi yang terdiri atas obyek ataupun subyek yang memiliki mutu serta karakter khusus yang ditetapkan oleh periset buat dipelajari serta setelah itu ditarik akhirnya. Populasi merupakan sekumpulan dasar analisa. Sasaran populasi merupakan sekumpulan dasar observasi ataupun obyek yang mempunyai data yang

³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 4.

⁴ Samsu, *Metode Penelitian dan Aplikasi Penelitian Kuantitatif, Mixed Methods Serta Research & Developmen*, (Jambi :Pustaka Jambi, 2017), .94.

diperlukan peneliti.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau masyarakat yang akan melakukan pengambilan keputusan pembelian produk Sepeda Motor Merek Honda pada Dealler Taruna Motor Tanjung Karang Kudus.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakter yang dipunyai oleh populasi itu.⁶ Sampel adalah bagian yang diambil dari beberapa populasi dan merupakan bagian kecil dari populasi yang hendak dicoba serta dijadikan ilustrasi selaku subjek untuk riset. Sampel dalam riset ini berjumlah 108 responden yang merupakan konsumen dan akan melakukan pengambilan keputusan pembelian produk Sepeda Motor Merek Honda di Dealler Taruna Motor Tanjung Karang Kudus.

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara Accidental Sampling. Accidental sampling ialah pengumpulan ilustrasi dengan cara aksidental(accidental) dengan mengutip permasalahan ataupun responden yang bertepatan terdapat ataupun ada di sesuatu tempat khusus. Alhasil dalam metode sampling di sini periset mengutip konsumen yang sudah melakukan pengambilan keputusan pembelian di Dealler Honda Taruna Motor. Wujud pengumpulan ilustrasi bersumber pada bertepatan, dimana, siapa saja yang bertepatan berjumpa dengan periset serta dikira sesuai jadi pangkal informasi yang bakal jadi ilustrasi riset ini.⁷

C. Identifikasi Variabel

Variabel merupakan sesuatu ciri ataupun watak ataupun angka dari orang, obyek, ataupun aktivitas yang memiliki alterasi khusus yang diresmikan oleh periset guna dipelajari serta setelah itu ditarik akhirnya. Ada pula yang jadi variabel dalam riset ini merupakan:

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 119.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, 120.

⁷ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: CV.Alfabeta, 2003), 85.

1. Variabel independen

Merupakan elastis yang pengaruhi ataupun yang jadi karena perubannya atau timbulnya variabel depeden (terika). Di dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Ketersediaan Produk, Harga dan Lokasi.

2. Variabel dependen

Ialah variabel yang dipengaruhi ataupun yang jadi dampak, sebab jadi variabel leluasa. Di dalam riset ini yang jadi variabel terbatas merupakan Keputusan Pembelian.⁸

D. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan sesuatu arti hal variabel yang diformulasikan bersumber pada karakter variabel itu yang bisa dicermati.⁹ Definisi variabel operasional pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Variabel Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
1.	Ketersediaan Produk (X1)	Ketersediaan produk adalah kumpulan barang dagangan yang dimiliki pengecer atau supermarket, ketersediaan produk meliputi lebar kategori tiap kategori produk dan variasi di	1. Keragaman produk 2. Variasi produk 3. Kelengkapan produk 4. Persediaan produk.	Skala Likert

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 38-39.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 60.

		setiap kategori ¹⁰		
2.	Harga (X2)	. Harga (<i>price</i>) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu ¹¹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga yang ditawarkan. 	Skala Likert
3.	Lokasi (X3)	Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba. ¹²	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses mudah dijangkau. 2. Visibilitas/ mudah dilihat 3. Lalu lintas 4. Ketersediaan lahan parkir. 5. Kedekatan lokasi dengan pusat keramaian/ pasar 	Skala Likert

¹⁰ Morissan, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, 46.

¹¹ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, 216.

¹² Philip Kotler dan Kevin L. Keller, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Edisi ke 13*, 17.

4.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli. ¹³	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan mengenai karakteristik produk. 2. Keputusan akan jumlah produk. 3. Keputusan akan pembayaran. 	Skala Likert
----	-------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------

E. Teknik Pengumpulan Data.

Metode pengumpulan informasi ialah metode yang dicoba peneliti buat menguak ataupun menangkap data kuantitatif dari responden serupa lingkup riset. Dalam riset kali ini teknik yang digunakan adalah:

1. Pengamatan.

Pengamatan merupakan peninjauan serta pencatatan dengan cara sistematis terhadap tanda-tanda yang nampak pada subjek penelitian. Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi tentang situasi sosial seperti terjadi dalam kenyataan. Observasi juga dilakukan bila belum banyak keterangan yang dimiliki tentang masalah yang kita selidiki.

Teknik observasi ini digunakan penulis untuk memperoleh data tentang Pengaruh Ketersediaan Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Dealer Taruna Motor.

2. Daftar pertanyaan.

Daftar pertanyaan ataupun angket merupakan catatan persoalan yang diserahkan pada orang lain, yang mau membagikan jawaban cocok dengan permohonan konsumen. Tujuan penyebaran angket merupakan buat mencari data yang komplis hal suau permasalahan dari responden tanpa merasa takut apabila responden membagikan balasan yang

¹³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 61.

tidak cocok dengan realitas dalam pengisian catatan persoalan tersebut.¹⁴

Responden diajarkan buat memilah jenis balasan yang sudah terbuat dengan memakai opsi supaya memperoleh informasi yang bertabiat subyektif serta diserahkan angka selaku selanjutnya: amat sepakat(nilai 5), sepakat(nilai 4), ragu(nilai 3), tidak sepakat(nilai 2), amat tidak sepakat(nilai 1).

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokuman yang berkaitan dengan masalah penelitian, foto-foto atau gambar, buku harian, laporan keuangan, dan sebagainya. Dokumen tersebut dapat menjadi sumber data pokok, dapat pula hanya menjadi data penunjang dalam mengeksplorasi masalah penelitian.¹⁵

F. Uji Validasi dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Supaya informasi yang didapat dengan metode penyebaran daftar pertanyaan real serta reliable. Hingga dicoba percobaan keabsahan serta reliabilitas. Percobaan keabsahan dicoba dengan membagi hubungan antara angka ataupun biji persoalan dengan angka kontruk ataupun variabel. Perihal ini bisa dicoba dengan metode percobaan signifikasi yang menyamakan rhitung dengan rtabel untuk degree of freedom (df) = $n - k$. dalam perihal ini n merupakan jumlah percontoh serta k merupakan jumlah kontruk, informasi diukur dengan memakai rhitung dengan rtable, bila:

- a. $\text{rhitung} > \text{rtabel}$ data valid
- b. $\text{rhitung} < \text{rtabel}$ data tidak valid

Dalam riset ini pengetesan keabsahan cuma dicoba kepada 77 penjawab. Alat yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS for windows versi 19.0. .

¹⁴ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 26.

¹⁵ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 101.

2. Uji Reliabilitas

Percobaan reliabilitas dicoba kepada item persoalan yang diklaim asi. Percobaan ini dipakai buat mengukur sesuatu daftar pertanyaan yang ialah indicator dari variabel ataupun konstruk. Sesuatu daftar pertanyaan dibilang reliabel ataupun profesional bila balasan seorang kepada statment merupakan tidak berubah- ubah ataupun normal dari durasi ke durasi. Sesuatu variabel dibilang reliabel bila mempunyai Cronbach Alpha $> 0,60$.¹⁶

G. Uji Asumsi Klasik

Saat sebelum melaksanakan pengetestan dengan memakai analisa regresi, terlebih dulu dicoba pengetestan anggapan kalsik yang mencakup percobaan autokorelasi, percobaan multikolonieritas, percobaan normatif serta percobaan heteroskedastisitas. Pengetestan keempat tipe anggapan klasik ini dicoba dengan tujuan buat mencoba keabsahan, akurasi, serta tidak berubah- ubah informasi.

1. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan hubungan(ikatan) yang terjalin diantara anggota- anggota dari serangkaian observasi yang tertata dalam susunan durasi ataupun tertata dalam susunan ruang. Bila terjalin autokorelasi hingga naii kekeliruan standar(standard errors) dari estimasi Ordinary Least Square(OLS) tentu terbawa- bawa, alhasil bisa menyebabkan:

- a. Pengiraan OLS dari variabel jadi tidak berdaya guna alhasil selang agama jadi luas serta percobaan signifikansi jadi tidak cermat.
- b. Standar error dari varians mungkin bakal lebih kecil dari yang sesungguhnya.
- c. Penganggaran OLS jadi amat sensitive kepada ketakstabilan percontoh.
- d. Hasil percobaan t serta percobaan F tidak asi serta bisa menyebabkan kesimpulan yang didapat bersumber pada percobaan signifikansi statistic bakal jadi bias.

¹⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2001), 41-45.

Guna melaksanakan pengetesan pertanda autokorelasi dicoba dengan memakai Percobaan Durbin Watson dengan patokan serta ketetapan yakni: ¹⁷

Hipotesis nol	Keputusan	Syarat
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	Tidak ada keputusan	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi positif/negative	Terima	$d_u < d < 4 - d_u$

2. Uji Multikolonieritas

Percobaan multikolonieritas bermaksud buat mencoba apakah dalam sesuatu bentuk regresi ditemui terdapatnya hubungan dampingi elastis independent. Bila elastis independent silih berkorelasi, hingga variabel- variabel ini tidak ortogonal. Elastis ortogonal merupakan elastis independent yang angka hubungan dampingi sesama elastis independent serupa dengan nihil. Buat mengetahui terdapat ataupun tidaknya multikolinieritas di dalam bentuk regresi merupakan dengan angka Tolerance serta Variance Inflation Factor(VIF). Kedua dimensi ini membuktikan tiap elastis bebas manakah yang dipaparkan oleh elastis leluasa yang lain. Multikolonieritas bisa pula diamati dari angka Tolerance serta Variance Inflation Factor(VIF). Kedua dimensi ini membuktikan tiap elastis leluasa manakah yang dipaparkan oleh elastis yang lain. Angka cutt of yang biasanya digunakan merupakan angka tolerance 0. 10 ataupun serupa dengan angka VIF diatas 10 alhasil informasi yang tidak terserang multikolonieritas angka toleransinya wajib lebih dari 0. 10 ataupun angka VIF kurang dari 10.¹⁸

3. Uji Normalitas

Cara percobaan normalitas informasi dicoba dengan mencermati penyebaran informasi (titik) *Normal Plot of*

¹⁷ Masrukhin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, (Kudus: Mitra Ilmu Press, 2008), 46.

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011), 105-106.

Regression Standizzed Residual dari variabel terikat, dimana:¹⁹

- a. Bila informasi memencar di dekat garis diagonal serta menjajaki arah garis diagonal, hingga bentuk regresi penuh anggapan normalitas.
 - b. Bila informasi memencar jauh dari garis diagonal serta ataupun tidak menjajaki gari diagonal, hingga bentuk regresi tidak penuh anggapan normalitas.
4. Uji Heterokosdasitas

Uji heteroskedastisitas bermaksud mencoba apakah dalam bentuk regresi terjalin perbedaan atau ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pemantauan lain senantiasa, hingga diucap Homoskedastisitas serta bila berlainan diucap Heteroskedastisitas. Bentuk regresi yang bagus merupakan yang Homoskesdastisitas ataupun tidak terjalin heteroskesdastisitas.

Metode memperhitungkan terdapat tidaknya heteroskesdastisitas pada sesuatu bentuk bisa diamati dengan pola lukisan Scatterplot, regresi yang tidak terjalin heteroskesdastisitas jika titik- titik informasi menabur di atas serta di dasar ataupun di dekat nilai 0, titik- titik informasi tidak menampung cuma di atas ataupun di dasar saja. Penyebaran titiktitik informasi tidak bisa membuat pola beriak meluas. setelah itu mengecil serta meluas kembali, penyebaran titiktitik informasi tidak beraturan.²⁰

H. Teknik Analisis Data

Analisa informasi dimaksud selaku usaha informasi yang telah ada setelah itu diolah dengan statistic serta bisa dipakai buat menanggapi kesimpulan permasalahan dalam riset. Dalam riset ini penulis hendak melaksanakan analisa dengan memakai analisa Regresi ganda, Uji t, Uji F, Uji Determinasi..

¹⁹ Singgih Santoso, *Uji Validitas dan Reabilitas Data*, (Jakarta: Alfabeta, 2000), 58.

²⁰ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 178.

1. Analisis Regresi Linier berganda

Yaitu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu ketersediaan produk, harga, dan lokasi terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut:²¹

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

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b_1, b_2, b_3 : Koefisien regresi masing – masing variabel

X_1 : Ketersediaan Produk

X_2 : Harga

X_3 : Lokasi

e : Standar Kesalahan (Error).

2. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

a. Pengujian hipotesis yang pertama

H_1 : Ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian.

1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa ketersediaan produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa ketersediaan produk mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

b. Pengujian hipotesis kedua

H_2 : Harga terhadap keputusan pembelian

1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa harga mempunyai

²¹ Sugiono, *Metode penelitian Pendidikan, pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 217.

pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa harga mempunyai pengaruh negative terhadap keputusan pembelian.

c. Pengujian hipotesis ketiga

H_3 : Lokasi terhadap keputusan pembelian.

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa lokasi mempunyai pengaruh negative terhadap keputusan pembelian.

3. Koefisiensi determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa baik sampel menggunakan data. R^2 mengukur sebesarnya jumlah reduksi dalam variabel dependen yang diperoleh dari pengguna variabel bebas. R^2 mempunyai nilai antara 0 sampai 1, dengan R^2 yang tinggi berkisar antara 0,7 sampai 1. R^2 yang digunakan adalah nilai adjusted R square yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. Adjusted R square merupakan indicator untuk mengetahui pengaruh penambahan waktu suatu variabel independent kedalam persamaan.

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²²

²² Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi, Eds. 1, Cet. 1*, (Yogyakarta : AMP YKPN, 2001), 97.