

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Dalam suatu penelitian seorang peneliti harus menggunakan jenis penelitian yang tepat. Hal ini dimaksud agar peneliti dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi serta langkah-langkah yang digunakan dalam mengatasi masalah tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2018;13) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Dari beberapa uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Metode Penelitian Kuantitatif adalah suatu bentuk metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh tingkat kecerdasan emosional dan motivasi terhadap hasil belajar matematika. Penelitian ini diawali dengan mengkaji teori-teori dan pengetahuan yang sudah ada sehingga muncul sebab permasalahan. Permasalahan tersebut diuji untuk mengetahui penerimaan atau penolakannya berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan.

Adapun data yang diperoleh dari lapangan dalam bentuk skor kecerdasan emosional, skor motivasi dan hasil belajar matematika dalam bentuk angka-angka yang sifatnya kuantitatif.

### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan objek yang menjadi keterkaitan dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi keterkaitan dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran pada penelitian untuk memperoleh jawaban maupun solusi dari permasalahan yang ada. Sugiyono (2016:39) menjelaskan objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau aktivitas yang mempunyai tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Objek penelitian terdiri dari dua variable independen. Variable independen yang dipakai yaitu Kualitas Produk, Harga dan Kualitas pelayanan. Sedangkan variable dependen yaitu Keputusan Pembelian. Mengenai tempat yang dipakai dalam penelitian ini yaitu para konsumen Neo Variasi Mobil Lumajang.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dipenelitian ini yaitu berupa data primer Data Primer Menurut Sugiyono sumber data primer merupakan sumber data pokok yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti dan langsung memberikan data pada pengumpul data (Maharani, 2020:39). Data primer di dapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang

dilakukan oleh peneliti. Data primer ini antara lain : Catatan hasil wawancara, Hasil observasi lapangan, Data-data mengenai informan.

Penelitian ini menggunakan jenis data primer yaitu hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen Neo Variasi Mobil Lumajang. Hasil dari data primer adalah jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan di dalam kuesioner. Pertanyaan tersebut tentang Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan pembelian dari semua konsuen Neo Variasi Mobil Lumajang.

### **3.3.2 Sumber Data**

#### **a. Data Internal**

Data internal merupakan data yang berasal dari sumber internal perusahaan atau organisasi, seperti data keuangan, data penjualan, data produksi, atau data sumber daya manusia. Data internal umumnya mudah diakses dan dapat digunakan untuk memonitor kinerja atau efektivitas suatu kegiatan atau program (Hartatik et al., 2023). Data internal adalah data yang berasal dari dalam. Data internal diperoleh dari profil Neo Variasi Mobil Lumajang.

#### **b. Data Eksternal**

Data eksternal merupakan data data yang berasal dari sumber eksternal perusahaan atau organisasi, seperti data dari pemerintah, lembaga riset, atau sumber data online (Hartatik et al., 2023). Data Eksternal adalah data yang berasal dari luar. Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari konsumen Neo Variasi Mobil Luamajang.

### 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen yang dijadikan wilayah generalisasi. Sugiyono (2019:126) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari konsumen Neo Variasi Mobil Lumajang.

#### 3.4.2 Sampel dan Teknik *Sampling*

Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil darisuatu populasi.

Teknik *Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *non probability sampling* dan teknik yang dipilih yaitu *incidental*. Menurut Sugiyono, (2016:124) *Sampling Insidental / Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini maka digunakan teori roscoe. Menurut (Sugiono, 2015:133) roscoe dalam buku *Research Methods For Business* memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Berdasarkan point diatas maka jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 80 karena memiliki 4 variabel di kali 20.

### **3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Variabel Penelitian Menurut Sugiyono (2017:38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdapat dua yaitu :

##### **a. Variabel Independen**

Variabel ini sering disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang berkaitan atau yang menjadi sebab atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Kualitas pelayanan ( $X_3$ )

## **b. Variabel Dependen**

Variabel ini sering disebut variabel *output* atau variabel terkait. Variabel terkait merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang dipakai dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

### **3.5.2 Definisi Konseptual**

Definisi konseptual adalah unsur penelitian yang menjelaskan tentang karakteristik suatu masalah yang hendak diteliti. Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan dapat dikemukakan definisi konseptual dari masing-masing variabel sebagai berikut:

#### **a. Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Keller (2016:194) menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen merupakan faktor dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide maupun pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

#### **b. Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan

produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

### **c. Harga**

Menurut Kotler Harga adalah jumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lain menimbulkan biaya.

### **d. Kualitas Pelayanan**

Menurut Arianto (2018:83) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

## **3.5.3 Definisi Operasional Variabel**

### **a. Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Keller (2016:194) menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen merupakan faktor dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide maupun pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Dalam keputusan pembelian konsumen, terdapat enam sub keputusan yang dilakukan oleh pembeli yaitu menurut Kotler & Keller yang dialih bahasakan oleh Tjiptono (2012:184):

1. *Product choice* (Pilihan produk). Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain.
2. *Brand choice* (pilihan merek) konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli.
3. *Dealer choice* (pilihan tempat penyalur) konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi.
4. *Purchase amount* (jumlah beli atau kuantitas). Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk dibelinya pada suatu saat.
5. *Purchase timing* (waktu pembelian), keputusan konsumen pada saat memilih waktu pembelian bisa berbeda – beda. Misal ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali atau sebulan sekali dan lain-lain.
6. *Payment method* (Metode pembayaran) konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan konsumen menggunakan produk atau jasa.

Berlandaskan indikator mengenai Keputusan Pembelian, dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut :

1. Saya memutuskan membeli di Neo Variasi Mobil Lumajang karena terdorong ingin membeli produk aksesoris mobil.

2. Ketertarikan pada merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Memperoleh informasi tentang Neo Variasi Mobil Lumajang dari keluarga, teman atau orang lain.
4. Tidak ada batasan jumlah pembelian barang
5. Saya membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk memutuskan membeli di Neo Variasi Mobil Lumajang
6. Mudah dalam melakukan pembayaran.

#### **b. Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2017: 368), terdapat beberapa tolak ukur atau indikator kualitas produk yang terdiri dari:

1. Bentuk (*form*) Bentuk sebuah produk dapat meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk.
2. Fitur (*feature*) Fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk tersebut.
3. Penyesuaian (*Customization*) Pemasar dapat mendifensiasikan produk tersebut dengan keinginan perorangan.

4. Kualitas Kinerja (*Performance Quality*) Tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi. Kualitas menjadi dimensi yang semakin penting untuk diferensiasi ketika perusahaan menerapkan sebuah model nilai dan memberikan kualitas yang lebih tinggi dengan uang yang lebih rendah.
5. Kualitas Kesesuaian (*Conformance Quality*) Tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.
6. Ketahanan (*Durability*) Merupakan ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu.
7. Keandalan (*Reliability*) Ukuran kemungkinan produk tidak akan mengalami kerusakan atau kegagalan dalam periode waktu tertentu.
8. Kemudahan Perbaikan (*Repairability*) Ukuran kemudahan perbaikan produk ketika produk itu tidak berfungsi atau gagal.
9. Gaya (*Style*) Menggambarkan penampilan dan rasa produk kepada pembeli.
10. Desain (*Design*) Adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Berlandaskan indikator mengenai Kualitas Produk, dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

1. Produk yang diberikan oleh neo variasi mobil mengikuti trend atau model yang baru
2. Saya merasa produk neo variasi selalu terupdate
3. Saya merasa produk di neo variasi mobil memiliki reputasi yang baik
4. Produk neo variasi mobil memiliki kualitas cukup baik

5. Saya merasa produk neo variasi sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan
6. Produk dari neo variasi mobil memiliki daya tahan yang lebih baik dari produk pesaing
7. Produk neo variasi mobil memiliki garansi setiap pembelian aksesoris mobil
8. Produk neo variasi mobil bias di retur apabila terjadi trouble pada pemasangan
9. Produk aksesoris di neo variasi memiliki penampilan estetika (*aesthetic*) yang menarik
10. Desain produk aksesoris neo variasi sangat menarik

### c. Harga

Menurut Kotler (2016: 78) harga adalah jumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lain menimbulkan biaya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 78), terdapat empat indikator yaitu :

#### 1. Keterjangkauan harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal.

#### 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat

adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

### 3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

### 4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut

Berlandaskan indikator mengenai Harga, dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut :

1. Harga yang tertera di Neo Variasi Mobil Lumajang sudah terjangkau dengan kualitasnya
2. Neo Variasi Mobil Lumajang menyediakan kualitas produk yang sesuai dengan harga
3. Harga yang paling murah akan menarik perhatian calon konsumen.
4. Harga yang tertera di Neo Variasi Mobil Lumajang yang terjangkau sesuai dengan manfaat konsumen

#### **d. Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:143) kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Menurut Fitzsimmons dalam Zaenal Mukarom dan Muhibudin (2015:108) mengemukakan lima indikator Kualitas Pelayanan yaitu :

1. *Reliability* yang ditandai dengan pemberian Kualitas Pelayanan yang tepat dan benar
2. *Tangibles* yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya
3. *Responsiveness* ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan cepat.
4. *Assurance* yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan Kualitas Pelayanan.
5. Empati yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

Berlandaskan indikator mengenai kualitas pelayanan dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut :

1. Karyawan meberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan
2. Kerapihan dan kebersihan ruangan di neo variasi sangat nyaman
3. Karyawan neo variasi mobil memberikan informasi yang jelas dan mudah di pahami oleh konsumen

4. Karyawan neo variasi mobil secara konsisten bersikap sopan terhadap para konsumen
5. Kemudahan dalam berkomunikasi dengan konsumen

### 3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian menurut Sugiyono (2015 : 156) adalah : Instrumen penelitian adalah merupakan alat ukur seperti tes, kuesioner, pedoman wawancara dan pedoman observasi yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini ada empat Instrumen penelitian yang digunakan, yaitu:

1. Intrumen untuk mengukur Kualitas Produk
2. Instrumen untuk mengukur Harga
3. Intrumen untuk mengukur Kualitas Pelayanan
4. Intrumen untuk mengukur Keputusan Pembelian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat pengukur data yang digunakan untuk mengukur fenomena yang sedang diamati atau yang disebut dengan skala. Skala pengukuran ialah alat pengukur data yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*.

Menurut Sugiyono (2016) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomen asosial. 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.

Sehingga di penelitian ini dapat ditentukan tabel instrumen yang diperoleh dari pengumpulan data meliputi variabel, indikator, item pernyataan, skala pengukuran dan sumber dapat dicermati pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1 Variabel Indikator dan Instrumen Penelitian

| No | Variabel        | Indikator                                             | Item pertanyaan                                                                       | Skala pengukur | Sumber                        |
|----|-----------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------|
| 1. | Kualitas Produk | 1. Bentuk ( <i>form</i> )                             | 1. Produk yang diberikan oleh neo variasi mobil mengikuti trend atau model yang baru  | <i>Ordinal</i> | Kotler dan Keller (2017: 368) |
|    |                 | 2. Fitur ( <i>feature</i> )                           | 2. Produk neo variasi mobil memiliki fitur yang ter-update                            |                |                               |
|    |                 | 3. Penyesuaian ( <i>Customization</i> )               | 3. Saya merasa produk di neo variasi mobil memiliki reputasi yang baik                |                |                               |
|    |                 | 4. Kualitas Kinerja ( <i>Performance Quality</i> )    | 4. Produk neo variasi mobil memiliki kualitas cukup baik                              |                |                               |
|    |                 | 5. Kualitas Kesesuaian ( <i>Conformance Quality</i> ) | 5. Saya merasa produk neo variasi sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan |                |                               |

| No | Variabel | Indikator                                          | Item pertanyaan                                                                                   | Skala pengukur | Sumber                         |
|----|----------|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------|
|    |          | 6. Ketahanan<br>( <i>Durability</i> )              | 6. Produk dari neo variasi mobil memiliki daya tahan yang lebih baik dari produk pesaing          |                |                                |
|    |          | 7. Keandalan<br>( <i>Reliabilty</i> )              | 7. Produk neo variasi mobil memiliki garansi setiap pembelian aksesoris mobil                     |                |                                |
|    |          | 8. Kemudahan Perbaikan<br>( <i>Repairability</i> ) | 8. Produk neo variasi mobil bias di retur apabila terjadi trouble pada pemasangan                 |                |                                |
|    |          | 9. Gaya ( <i>Style</i> )                           | 9. Produk aksesoris di neo variasi memiliki penampilan estetika ( <i>aesthetic</i> ) yang menarik |                |                                |
|    |          | 10. Desain ( <i>Design</i> )                       | 10. Desain produk aksesoris neo variasi sangat menarik                                            |                |                                |
| 2. | Harga    | 1. Keterjangkauan harga.                           | 1. Harga yang tertera di Neo Variasi Mobil Lumajang sudah terjangkau dengan kualitasnya           | <i>Ordinal</i> | Kotler dan Amstrong (2016: 78) |

| No | Variabel           | Indikator                                                 | Item pertanyaan                                                                                    | Skala pengukur | Sumber                                                   |
|----|--------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------|
|    |                    | 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.               | 2. Neo Variasi Mobil Lumajang menyediakan kualitas produk yang sesuai dengan harga                 |                |                                                          |
|    |                    | 3. Daya saing harga.                                      | 3. Harga yang paling murah akan menarik perhatian calon konsumen.                                  |                |                                                          |
|    |                    | 4. Kesesuaian harga dengan manfaat.                       | 4. Harga yang tertera di Neo Variasi Mobil Lumajang yang terjangkau sesuai dengan manfaat konsumen |                |                                                          |
| 3. | Kualitas Pelayanan | 1. <i>Reliability</i> (keandalan)                         | 1. Karyawan memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan                        | <i>Ordinal</i> | Fitzsimmos dalam Zaenal Mukarom dan Muhibudin (2015:108) |
|    |                    | 2. <i>Tangibles</i> (berwujud)                            | 2. Kerapihan dan kebersihan ruangan di neo variasi sangat nyaman                                   |                |                                                          |
|    |                    | 3. <i>Responsiveness</i> (keresponsifan atau ketanggapan) | 3. Karyawan neo variasi mobil memberikan informasi yang jelas dan mudah di pahami oleh konsumen    |                |                                                          |

| No | Variabel            | Indikator                                            | Item pertanyaan                                                                                                 | Skala pengukur | Sumber                     |
|----|---------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------|
|    |                     | 4. <i>Assurance</i><br>(keyakinan)                   | 4. Karyawan neo variasi mobil secara konsisten bersikap sopan terhadap para konsumen                            |                |                            |
|    |                     | 5. Empati<br>(kesungguhan)                           | 5. Kemudahan dalam berkomunikasi dengan konsumen                                                                |                |                            |
| 4. | Keputusan Pembelian | 1. <i>Product choice</i><br>(Pilihan produk).        | 1. Saya memutuskan membeli di Neo Variasi Mobil Lumajang karena terdorong ingin membeli produk aksesoris mobil. | <i>Ordinal</i> | Kotler & Keller(2012: 184) |
|    |                     | 2. <i>Brand choice</i><br>(pilihan merek)            | 2. Ketertarikan pada merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian.                                              |                |                            |
|    |                     | 3. <i>Dealer choice</i><br>(pilihan tempat penyalur) | 3. Saluran distributor produk lebih dekat dari jaringan konsumen dan barang yang dibutuhkan tersedia.           |                |                            |

| No | Variabel | Indikator                                                  | Item pertanyaan                                                                              | Skala pengukur | Sumber |
|----|----------|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------|
|    |          | 4. <i>Purchase amount</i> (jumlah pembeli atau kuantitas). | 4. Tidak ada batasan jumlah pembelian barang                                                 |                |        |
|    |          | 5. <i>Purchase timing</i> (waktu pembelian)                | 5. Saya membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk memutuskan membeli di Neo Variasi Mobil |                |        |
|    |          | 6. <i>Payment method</i> (Metode pembayaran)               | 6. Mudah dalam melakukan pembayaran.                                                         |                |        |

Sumber : Data diolah tahun 2024

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

#### 3.7.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2014:230), kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pembagian kuesioner secara langsung. Dalam pengambilan sampel pada penelitian ini, kuesioner yang digunakan menggunakan skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau suatu organisasi tentang fenomena sosial.

Pengukuran data untuk variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dilakukan dengan cara memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari beberapa pertanyaan dari kuesioner tersebut.

Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Adapun bentuk skala *likert* menurut Sugiyono (2018:155), sebagai berikut:

1. Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi skor 5
2. Setuju/sering/positif diberi skor 4
3. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3
4. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif 2
5. Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor 1

### 3.7.2 Studi Pustaka

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literature-literatur ilmiah Sugiyono (2015:140).

### 3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono (2018:285) bahwa teknik analisis data adalah cara yang digunakan berkenaan dengan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujianhipotesis yang diajukan dalam penelitian.

Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, maka kuesioner wajib dilakukannya uji validitas dan uji reabilitas. Kemudian melakukan analisis dan uji pengaruh yang memakai asumsi dasar regresi linier berganda. Bahwa data harus bebas dari multikolineritas dan heterokedastisitas.

### 3.8.1 Pengujian Instrumen

Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis, bahwa perlu melakukan pengujian validitas dan reabilitas pada kuesioner yang digunakan untuk menjangkau responden. Dimana asumsi yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data yang benar dan terbukti agar bisa melakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

#### a. Uji Validitas

Setelah menyebarkan dan mengumpulkan kuesioner, penting untuk melakukan uji validitas untuk menilai seberapa akurat kuesioner tersebut mengukur apa yang ingin diukur. Validitas adalah suatu proses pengujian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa akurat suatu instrumen pengukuran, seperti kuesioner, mengukur variabel atau informasi yang ingin diukur. Menurut Sugiyono (2017: 125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dipakai sebagai pengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:51).

Menurut Sugiyono (2012:178), analisis faktor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Jika korelasi masing-masing faktor bernilai positif dan besarnya 0,3 atau lebih, maka faktor tersebut merupakan konstruk kuat. Dalam penelitian ini, skor instrumen dibatalkan jika korelasi antara skor item dengan skor total kurang dari 0,3.

## b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Ghozal (2018:45) sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi indikator suatu variabel atau konstruk. Sebuah kuesioner dianggap dapat diandalkan jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dapat dipercaya berarti dapat diandalkan, oleh karena itu dapat dipercaya. Menurut Nugroho (2011:33), uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*, Apabila uji reliabilitas dikatakan reliabel diatas 0,6. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

| No. | Interval <i>Alpha Cronbach</i> | Tingkat Reliabilitas |
|-----|--------------------------------|----------------------|
| 1.  | 0,00 - 0,20                    | Kurang Reliabel      |
| 2.  | 0,201 - 0,40                   | Agak Reliabel        |
| 3.  | 0,401 - 0,60                   | Cukup Reliabel       |
| 4.  | 0,601 - 0,80                   | Reliabel             |
| 5.  | 0,801 - 1,00                   | Sangat Reliabel      |

Sumber: Yohanes Anton Nugroho, (2011)

### 3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik

Memahami asumsi yang mendasarinya penting untuk penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi bisa saja salah atau tidak dapat diandalkan apabila asumsi-asumsi tersebut tidak terpenuhi (Kurniawan, 2014).

#### a. Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas digunakan untuk menguji nilai residual terdistribusi normal atau tidak, dengan mendapatkan nilai residu yang normal model regresi dikatakan telah memenuhi asumsi normalitas. Untuk melakukan uji normalitas ini

diperlukan uji *Kolomogorov Smrinov* yang dapat dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS dan ketentuan sebagai dasarnya (Kurniawan, 2014:157). Ketentuan yang dimaksud yaitu antara lain:

- 1) Jika probabilitas bernilai  $<0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terdistribusi normal.
- 2) Jika probabilitas bernilai  $\geq 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali (2016), pada pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variable bebas. Efek dari multikolinearitas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar error besar, akibatnya ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen.

Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (*VIF*). Nilai *Tolerance* mengukur variabilitas dari variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai *VIF* tinggi, dikarenakan  $VIF = 1/tolerance$ , dan menunjukkan terdapat kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang digunakan adalah untuk nilai *tolerance* 0,10 atau nilai *VIF* diatasangka 10.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan kepengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

#### 3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiono (2017) menegaskan bahwa tujuan analisis regresi linier berganda adalah untuk mengantisipasi atau memberikan penjelasan atas perubahan variabel dependen yang dipengaruhi oleh sejumlah variabel independen. Kombinasi linier dari beberapa variabel independen digunakan dalam analisis regresi linier berganda untuk menjelaskan atau memprediksi variabel dependen. Lupiyoadi dan Rikhsan (2015:157) menyebutkan rumus persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Kp = X + \beta_1.Kpr + \beta_2.H + \beta_3.Kpl + \varepsilon$$

Keterangan :

|               |   |                              |
|---------------|---|------------------------------|
| $Kp$          | = | Keputusan Pembelian          |
| $X$           | = | Koefisienkonstanta           |
| $\beta_1.Kpr$ | = | Koesien Kualitas Produk      |
| $\beta_2.H$   | = | Koefisien Harga              |
| $B_3.Kpl$     | = | Koefisien Kualitas Pelayanan |
| $e$           | = | Eror                         |

#### 3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan pengujian linier berganda maka selanjutnya akan dilakukan uji hipotesis. Uji hipotesis ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji hipotesis merupakan elemen yang paling penting di dalam penelitian. Berikut adalah jenis pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini :

##### a. Uji t (Uji Parsial)

Setelah melakukan analisis regresi linier berganda selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) terdapat variabel dependen ( $Y$ ) baik secara simultan maupun parsial. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistic yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  terhadap  $Y$  secara parsial maupun bersamaan. Uji hipotesis parsial dapat dilakukan dengan menggunakan uji-t

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Santoso Slamet, 2014:126). Berikut adalah langkah-langkah untuk pengujian hipotesis :

1. Merumuskan hipotesis. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis pertama

$H_0$  Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

$H_1$  Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian

b. Merumuskan hipotesis kedua

$H_0$  Tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

$H_2$  Terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga dengan Keputusan pembelian

c. Merumuskan hipotesis ketiga

$H_0$  Tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan antara Keputusan Pembelian

H<sub>3</sub> Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian.

2. Menentukan *level of signifikan* dengan = 5%.

3. Menentukan besarnya  $t_{\text{tabel}}$

$T_{\text{tabel}}$  dapat dicari dengan mengamati tabel statistik pada tingkat signifikan sebesar 0,05 serta derajat kebebasan  $df = n-2$  dimana  $n$  adalah besaran sampel

4. Kriteria pengujian uji-t :

1) Bila signifikan  $> 0,05$  maka H ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Bila signifikan  $< 0.05$  maka H diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

5. Buat kesimpulan dengan membandingkan  $t_{\text{hitung}}$  dengan  $t_{\text{tabel}}$ .

### 3.8.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini di tunjukan oleh besarnya koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu).

Jika koefisiensi determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinan semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Karena variabel pada penelitian ini lebih dari 2 (dua), maka koefisiensi determinasi yang digunakan *R Square* (Imam Ghozali, 2001).

Dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besar sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dalam prosentase.

