

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian secara umum sebagai cara ilmia untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu Sugiyono,2010;2. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Metode penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada falsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian pada umumnya dilakukan pada populasi atau sampel tertentu yang representative. Proses penelitian bersifat deduktif adalah untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada sampel yang diambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeberalisasikan pada populasi di mana sampel tersebut diambil (Sugiyono, 2010;13)

3.2. Lokasi Penelitian

Berdasarkan judul penelitian Kelompok Referensi, Keluarga, Status Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota merek Avanza maka lokasi penelitian dilakukan di sekitar Kecamatan Kebomas Gresik.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan Sugiyono, 2010;115. Populasi dalam penelitian ini adalah semua kalangan masyarakat Kecamatan Kebomas Gresik yang memiliki Mobil Toyota merek Avanza.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono,2010;115. Teknik sampel dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi: sampling sistematis, kuota , aksidental, purposive, jenuh, snowball. Teknik sampel dalam penelitian ini menggunakan *sampling insidental*.

Menurut Sugiyono (2010;122) *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Maka sebagian dari anggota populasi akan menjadi sampel dari penelitian ini. Menurut Sampel dalam penelitian yang ideal berdasarkan Hair dkk dalam Hartono Subagio adalah 5 sampai dengan 10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten. Jumlah seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini 14. Jadi

responden yang disarankan adalah minimal 5 atau maksimal 10 kali indikator.

Pada penelitian ini minimal responden $14 \times 5 = 70$ responden sampai jumlah maksimal $14 \times 10 = 140$ responden.

Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan memilih responden yang minimal dengan respondennya 70 responden. Dengan kriteria memiliki dan Mobil Toyota merek Avanza, berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen). Penelitian ini memiliki empat variabel independen yaitu kelompok referensi (X1), keluarga (X2), dan status sosial (X3), faktor pribadi (X4) dan satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

1. Variabel bebas atau variabel independen (variabel X)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Menurut (Sugiyono,2010;59) variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perusahaan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu :

a. Kelompok Referensi (X1)

Kelompok referensi adalah semua kelompok yang mempengaruhi langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau prilaku (Kotler dan Keller, 2009;170). Dengan beberapa indikator yaitu :

- 1) Teman
 - 2) Tetangga
- b. Keluarga (X2)

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, salah satu contoh yang paling dominan adalah keterlibatan suami atau istri dalam proses pembelian menurut (Philip Kotler,2009;171). Indikator yang mempengaruhi penelitian yaitu :

 - 1) Suami atau istri
 - 2) Orang tua
 - 3) Saudara
- c. Status Sosial (X3)

Orang berpartisipasi dalam banyak kelompok—keluarga, klub, organisasi. Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dan membantu mendefinisikan norma perilaku Posisi seseorang dalam tiap kelompok di mana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status sosial menurut Kotler dan Keller (2009;172).. Orang yang memiliki status sosial yang tinggi akan ditempatkan lebih tinggi dalam struktur masyarakat dibandingkan dengan orang yang status sosialnya rendah.

Indikator yang mempengaruhi penelitian ini yaitu :

- 1) Lingkungan
- 2) Status sosial meningkat
- 3) organisasi

d. Faktor Pribadi (X4)

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Maleke (2013) Faktor pribadi Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi umur dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, keperibadian dan konsep diri. Indikator yang mempengaruhi penelitian ini yaitu:

- 1) Usia
 - 2) Keadaan ekonomi
 - 3) Kepribadian
2. Variabel terikat atau variabel dependen (variabel Y)

Variabel ini sering disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuensi. Menurut (Sugiyono, 2010;59) variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dengan indikator yaitu:

1 Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah proses merumuskan berbagai alternatif tindakan guna menjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif tertentu untuk melakukan pembelian. (Desy Veterinawati, 2013, dalam Engel et. Al, 2000;31). Indikator dalam penelitian ini yaitu :

- 1 Pengenalan masalah (kebutuhan pembeli)
- 2 Pencarian informasi
- 3 Evaluasi alternative

3.5. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini yaitu mengukur dengan skala likert. Menurut (Sugiyono,2010;132) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan sekala likert, maka variabel yang akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut:

Sangat setuju : di beri skor 5

Setuju : di beri skor 4

ragu-ragu : di beri skor 3

tidak setuju : di beri skor 2

Sangat tidak setuju : di beri skor 1

Pada penelitian ini responden memilih salah satu dari jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu dan dijumlahkan. Maka akan diperoleh total skor.

3.6. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan data primer. Data primer yaitu data yang dikumpulkan diperoleh secara langsung dari sumber asli. Sumber data diperoleh dengan penyebaran kuesioner tentang kelompok referensi, keluarga, status sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian.

3.7. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data subjek. Data subjek merupakan data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok yang menjadi subjek penelitian responden.

3.8. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2010:401). Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran data pertanyaan (kuisisioner). Data kuisisioner penelitian ini akan disebarluaskan pada pengguna atau pemilik mobil Toyota merek Avanza di kecamatan Gresik..

3.9. Uji Instrumen

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dalam penelitian ini terdapat lima instrumen, yaitu kelompok referensi, keluarga, status sosial, faktor pribadi dan keputusan pembelian (Sugiyono,2010;146).

3.9.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mungungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r_{hitung} (correlated item-total correlation) dengan nilai r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Imam Ghazali, 2005;45).

3.9.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan jawaban suatu pertanyaan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan menurut (Imam Ghazali,2005;41). SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60 Nunnally 1967 dalam Ghazali 2005.

Uji Asumsi Klasik

3.9.3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan dalam korelasi antara variabel independen atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen (Imam

Ghozali, 2005;90). Apabila pada model regresi terdapat multikolinearitas maka akan menyebabkan kesalahan estimasi akan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel *independent*, tingkat signifikansi yang digunakan untuk menolak hipotesis nol akan semakin besar dan probabilitas menerima hipotesis yang salah juga semakin besar, hal ini akan mengakibatkan model regresi yang diperoleh tidak valid untuk menaksir nilai variabel *independent*. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengandung korelasi diantara variabel *independent*. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan *value inflation* (VIF). Apabila nilai *tolerance value* $< 0,10$ dan *VIF* > 10 , maka terjadi multikolinearitas. Jika nilai *tolerance value* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.9.4. Uji Autokorelasi

Menguji apakah model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari suatu observasi ke observasi lainnya Ghozali (2005;95). Jika dalam suatu model regresi terdapat autokorelasi maka akan menyebabkan varians sampel tidak dapat menggambarkan varians populasinya dan model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk menaksir nilai variabel independen tertentu. Untuk mendiagnosis ada atau tidaknya autokorelasi dalam suatu model regresi dapat

dilakukan dengan cara melakukan pengujian terhadap nilai Uji Durbin-Watson (Uji DW).

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1 Bila nilai DW terletak antara batas atas (du) dan (4-du), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- 2 Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- 3 Bila nilai DW lebih besar dari pada (4-dl), maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- 4 Bila nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara (4-du) dan (4-dl), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.9.5. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2005; 105). Prasarat yang terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Adanya beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu Uji Park, Uji Scatterplot, Uji Glesjer, melihat pola Grafik Regresi, dan uji koefisien Korelasi Spearman. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji Scatterplot.

3.9.6. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2005;110).

3.10. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (kelompok referensi, keluarga, status sosial dan faktor pribadi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Oleh karena ini penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen, atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen dan sebaliknya (Sugiono, 2010; 270).

3.11. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriteria), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda dilakukan apabila jumlah variabel independennya minimal dua Sugiyono (2010;277). Karena dalam

penelitian ini menggunakan empat variabel independen maka digunakan regresi berganda.

Persamaan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel independen dalam penelitian ini yaitu kelompok referensi, keluarga, status sosial dan faktor pribadi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Model regresi berganda sebagai berikut :

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

Dimana : Y : Keputusan Pembelian

 a : Konstan

 X₁ : Kelompok referensi

 X₂ : Keluarga

 X₃ : Status Sosial

 X₄ : Faktor Pribadi

 e : error

 a : Konstan atau intersip yaitu Y pada X₁ = X₂ = X₃ = X₄ = 0

 b₁ : Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh X₁ terhadap Y jika X₁ berubah (naik atau turun) satu unit dan X₂, X₃, X₄ konstan.

 b₂ : Koefisien regresi parsial untuk mengukur pengaruh X₂ terhadap Y jika X₂ berubah (naik atau turun) satu unit dan X₁, X₃, X₄ konstan.

- b_3 : Koefisien linier parsial, untuk mengukur pengaruh X_1 terhadap Y jika X_3 berubah (naik atau turun) satu unit dan X_1, X_2, X_4 konstan.
- b_4 : Koefisien linier parsial, untuk mengukur pengaruh X_1 terhadap Y jika X_4 berubah (naik atau turun) satu unit dan X_1, X_2, X_3 konstan.

3.12. Pengujian Hipotesis

3.12.1. Uji signifikansi parameter individual (Uji Statistik t)

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005; 84).

Kriteria pengujian yang dipakai dalam uji t adalah:

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial ada pengaruh nyata antara kelompok referensi, keluarga, status sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis satu terbukti kebenarannya.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial tidak ada pengaruh nyata antara kelompok referensi, keluarga, status sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis satu terbukti kebenarannya.

Jadi perumusan hipotesisnya sebagai berikut :

1. H_a = Kelompok referensi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian mobil Toyota merek Avanza

H_0 = Kelompok referensi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mobil Toyota merek Avanza

2. H_a = Keluarga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian mobil Toyota merek Avanza

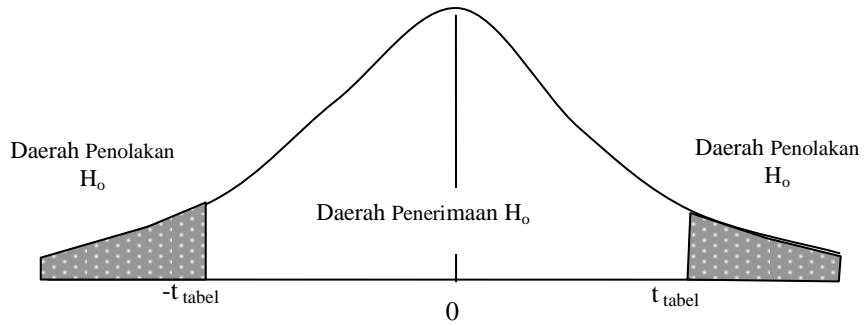
H_0 = Keluarga tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian Toyota merek Avanza

3. H_a = Status sosial berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian Toyota merek Avanza

H_0 = Status sosial tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian Toyota merek Avanza

4. H_a = Faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian Toyota merek Avanza

H_0 = Faktor pribadi tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian Toyota merek Avanza



Gambar 3.1
Kurva Distribusi Penolakan / Penerimaan Hipotesis Secara Parsial

3.13.2 Uji signifikansi simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen/variabel besas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2005; 84).

Hipotesis nol (H_0) : tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas (X) yaitu kelompok referensi, keluarga, status sosial, faktor pribadi terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian.

Hipotesis alternatif : ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas (X) yaitu kelompok referensi, keluarga, status sosial, faktor pribadi terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian.

Rumus uji F yang digunakan adalah:

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Sumber: Sugiyono (2010; 257)

Diman: R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

1. Merumuskan hipotesis statistik

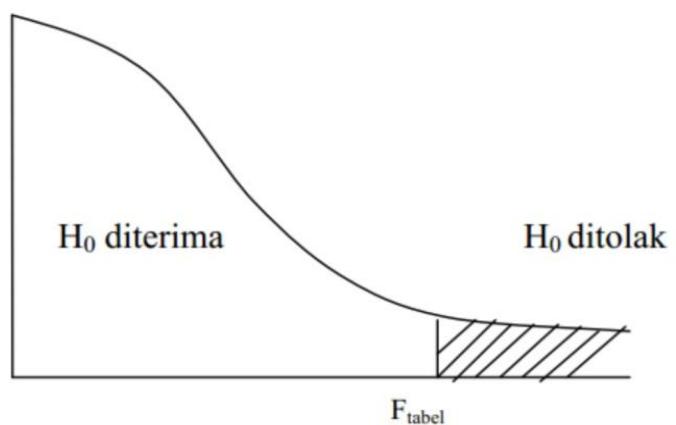
$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$, artinya kelompok referensi, keluarga, satus sosial dan faktor pribadi secara silmutan tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$, artinya kelompok referensi, keluarga, satus sosial dan faktor pribadi secara silmutan ada pengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Kriteria yang dipakai dalam uji F adalah:

1 Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan ada pengaruh nyata antara kelompok referensi, keluarga, status sosial, dan faktor pribadi. Dengan demikian hipotesis dua terbukti kebenarannya.

2 Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara simultan ada pengaruh nyata antara kelompok referensi, keluarga, status sosial, dan faktor pribadi. Dengan demikian hipotesis dua tidak terbukti kebenarannya.



Gambar 3.2
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Secara Simultan