

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode 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. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2008;7).

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Obyek penelitian ini dilaksanakan di kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan unsur-unsur yang memiliki satu atau beberapa ciri atau karakteristik yang sama. Berdasarkan ciri dan karakteristik tersebut, populasi dapat dipahami sebagai gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Sugiyono, 2008;80). Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli sepeda motor Honda Vario yang tidak di ketahui.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Hasil analisis sampel merupakan kesimpulan yang berlaku untuk populasi. Sehingga sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2008;116). *Sampling* (pengambilan sampel) dilakukan karena peneliti tidak mungkin meneliti seluruh populasi yang relatif besar.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2008;122). Metode *Nonprobability Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2008;85). Penelitian ini mengambil sampel berjumlah 100 orang yang populasinya tidak diketahui yaitu menggunakan rumus Formula Lameshow

$$N = Z^2 P (1-P) / d^2$$

3.4. Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1. Identifikasi Variabel

Berdasarkan permasalahan dan hipotesis yang diajukan, maka variabel yang dianalisis dan dioperasionalkan terdiri dari dua macam yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dapat diterangkan sebagai berikut:

Objek penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen/bebas dan variabel dependen/terikat. Variabel independen/bebas dalam penelitian ini adalah periklanan (X1), promosi penjualan (X2), citra merek (X3), variabel dependen atau terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Definisi operasional memberikan pengertian terhadap konstruk atau memberikan variabel dengan menspesifikasikan kegiatan atau tindakan yang diperlukan peneliti untuk mengukur.

3.4.2. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain (Sugiyono, 2008;38) . Ada dua variabel penelitian yaitu:

1. Variabel bebas (*Independent variabel*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2008;39). Variabel dalam penelitian ini adalah:

1) Periklanan (X1)

Kotler dan Armstrong (2008;117) mendefinisikan periklanan adalah segala bentuk penyajian non personal dan promosi ide, barang dan jasa dari suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran.

Menurut Kotler & Armstrong (2008;157) untuk mengukur variable *advertising*, digunakan indikator – indikator sebagai berikut:

- a. Informasi mudah
- b. Menarik
- c. Informasi jelas
- d. Pesan dipercaya

2) Promosi penjualan (X2)

promosi penjualan adalah insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. (Kotler dan Armstrong, 2008:117).

Berikut Penjelasan mengenai indikator Promosi Penjualan (Tjiptono, 2008;549-550) adalah sebagai berikut.

- a. Hadiah
- b. Penawaran
- c. Pameran
- d. Diskon

3. Citra Merek (X3)

Citra merek (*brand image*) merupakan persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen (Kotler dan Keller, 2007:346). Aaker dan Keller (1990) dalam Diab (2009) menyatakan indikator citra merek diantaranya yaitu :

- a. Mudah dikenali
- b. Selalu diingat
- c. Ciri khas

2. Variabel terikat (*Dependent variable*)

Variabel dependen merupakan variabel yang di pengaruhi atau menjadi sebab akibat adanya variabel bebas (Sugiyono, 2008;39). Dalam penelitian ini yang dijadikan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y). Menurut Assauri (2010: 141) “keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan akan pembelian, yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian, keputusan mana didasarkan atas hasil yang diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya”.

Terdapat indikator dari keputusan pembelian, yaitu (Kotler, 1995):

1. Kemantapan pada sebuah produk.
2. Sesuai Kebutuhan
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain

3.5. Jenis dan Sumber Data

3.5.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi (Sugiyono, 2010:193) sumber data yang diambil dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Sumber data dari hasil penyebaran kuisisioner berisi tentang iklan,promosi penjualan dan citra merek Honda terhadap keputusan pembelian

3.5.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer, yaitu: data yang diperoleh secara langsung dari responden yang terpilih di lokasi penelitian. Data primer diperoleh dengan cara pengisian kuisisioner.

3.6. Teknik Pengambilan Data

Instrumen atau alat yang digunakan untuk pengambilan atau pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008;142). Penyebaran kuestioner pada penelitian ini akan disebarkan pada pengguna sepeda motor Honda Vario di kecamatan Balen. Skala pengukuran variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah Skala Likert, yaitu skala yang berasal dari pernyataan kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan, dan digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008;93) kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut :

Sangat setuju : diberi skor 5

Setuju : diberi skor 4

Ragu-ragu : diberi skor 3

Tidak setuju : diberi skor 2

Sangat tidak setuju : diberi skor 1

Pada penelitian ini responden memilih salah satu dari kategori jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu. Skor responden dijumlahkan dan jumlah ini merupakan total skor. Total skor inilah yang ditafsir sebagai posisi responden dalam Skala Likert.

3.7. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian ini menggunakan teknik statistik untuk menunjukkan hasil dari kuesioner pada masing-masing pertanyaan terhadap variabel yang ada didalamnya, teknik yang digunakan antara lain :

3.7.1. Uji Kualitas Data

3.7.1.1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total yang menggunakan korelasi *product moment*. Valid tidaknya suatu item, diketahui dengan membandingkan indeks koefisien korelasi *product moment* (r) dengan nilai hitung kritisnya, dimana r dapat diperoleh dengan rumus (Sugiyono, 2008;125) sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

N = Banyaknya variabel

X = Skor item x

Y = Skor item y

Jika r hitung $>$ dari r table (uji 2 sisi dengan tingkat signifikansi 5%) maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

3.7.1.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrument yang mengukur suatu konsep. Uji 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 hasil jawaban suatu pertanyaan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan (Sugiyono, 2008;130). SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0,60 (Ghozali, 2006;42).

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum data dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis regresi berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari: uji autokorelasi, uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas.

3.7.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Kalau nilai residual tidak mengikuti distribusi normal, uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sample kecil (Ghazali, 2013:160).

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal, namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

3.7.2.2. Uji Multikolinearitas.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal ialah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesamanya sama dengan nol. Multikoleniaritas dapat diketahui dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika tolerance $> 10\%$ dan VIF < 10 maka tidak terjadi Multikolinearitas.
- b. Jika tolerance $< 10\%$ dan VIF > 10 maka terjadi Multikolinearitas.

3.7.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, atau disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas, tidak heteroskedastisitas.

Selain itu, heteroskedastisitas dapat diketahui melalui uji *Glesjer*. Jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh variabel bebas (periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan pemasaran langsung) terhadap variabel terikat (loyalitas nasabah). Oleh karena itu digunakan Analisis Regresi Linier Berganda.

Model regresi digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

- Y : Keputusan Pembelian
- a : Konstanta
- b1-b3: Koefisien Regresi
- X1 : Periklanan
- X2 : Promosi Penjualan
- X3 : Citra Merek

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan secara parsial (t) dan secara simultan (F).

Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima. Uji t hitung bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh variabel bebas X terhadap variabel terikat Y (Ghozali, 2007;77). Uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu

3.7.4. Uji Hipotesis

3.7.4.1. Uji t

Pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial dilakukan dengan uji t. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : \beta_i = 0$; (Faktor - faktor yang terdiri dari Iklan, Promosi Penjualan dan Citra Merek tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario).

$H_a : \beta_i \neq 0$; (Faktor - faktor yang terdiri iklan, promosi penjualan dan citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario).

2. Menentukan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05
3. Membandingkan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 dengan tingkat signifikansi t yang diketahui secara langsung dengan menggunakan program *SPSS* dengan kriteria berikut:
 4. Nilai signifikan $t > 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.
 5. Nilai signifikan $t < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.7.4.2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk menguji goodness-fit dari model regresi (Ghozali, 2006; 127). Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol sampai satu (Ghozali, 2006; 83). Untuk mengetahui seberapa jauh variasi dari variabel bebas dapat menerangkan dengan baik variasi dari variabel terikat.