

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data kuantitatif adalah hasil pengamatan atas suatu hal yang bisa dinyatakan dalam angka. Metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat 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/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012;13). Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu, variabel dependen dan variabel independen. Yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (y). Sedangkan yang menjadi variabel independen adalah harga (x1), kualitas layanan (x2), dan *brand image* (x3).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Gresik, yaitu di dealer SPS, Ramayana, 99 Motor, Rahayu, MPM.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

(Ferdinand, 2006:223) menyatakan populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa menjadi pusat perhatian seorang peneliti, karena itu dipandang sebagai sebuah

semesta penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk sepeda motor Honda di Kabupaten Gresik dan penduduk Gresik.

3.3.2 Sampel

Sugiyono (2010:81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Dalam penelitian ini penarikan sampel dilakukan dengan teknik *Sampling Insidental* adalah 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 itu cocok dengan sumber data Sugiyono, (2012:96)..

Menurut Irawan dalam Sukandarrumidi (2004:54) mengatakan bahwa jumlah sampel minimum adalah 100. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Adapun ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan rumus coachran:

$$n = P (1 - P) (Z / E)^2$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

P = populasi dengan probabilitas 0,5

Z = tingkat kepercayaan 95%, Z = 1,96
E = standar error

Maka, n (jumlah sampel) = $0,5 (1 - 0,5) (1,96 / 0,1)^2 = 0,25 (384,16) , =$
96,04 (dibulatkan menjadi 100 sampel).

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi. (Sugiyono, 2012;193).

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang berasal langsung dari responden. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian konsumen terhadap pembelian sepeda motor Honda di Kabupaten Gresik yang dilihat dari harga, kualitas produk dan *brand image*. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung dengan membagi kuisisioner atau daftar pernyataan kepada konsumen. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, berupa keterangan yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer. Data sekunder dalam penelitian adalah laporan penjualan dan daftar harga produk motor Honda.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini diambil melalui kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket atau daftar pertanyaan

kepada responden agar didapat keterangan dan data yang lebih terperinci tentang masalah yang sedang diteliti. Jawaban yang diharapkan dalam penelitian ini telah disediakan sehingga responden tinggal memilih jawaban yang dianggap sesuai.

3.6 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Identifikasi Variabel

(Sekaran, 2006:48) menyatakan variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai.

1. Variabel bebas / *independent*

Variabel *independent* adalah variabel yang mempengaruhi variabel *dependen*, baik yang berpengaruh positif maupun negatif. Variabel *independent* yang digunakan dalam penelitian ini :

X1 = Harga

X2 = Kualitas produk

X3 = *Brand image*

2. Variabel terkait / *dependent*

Variabel *dependent* adalah variabel yang menjadi pusat utama peneliti.

Variabel *dependent* yang digunakan dalam penelitian ini :

Y = Keputusan pembelian

3.6.2 Definisi Operasional

1. Variabel *independent* (X)

a. Variabel harga (X1)

Harga adalah tingkat kemampuan seseorang untuk menilai suatu barang dengan nilai atau satuan alat ukur pembelian sehingga dapat memiliki

barang atau jasa yang ditawarkan. Indikator yang mencirikan harga yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

b. Variabel kualitas produk (X2)

Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Indikator kualitas produk terdiri:

- 1) *Performance*
- 2) *Features*
- 3) *Reliability*
- 4) *Durability*

c. Variabel *brand image* (X3)

Merek yang baik syarat adalah mudah diingat, mudah diucapkan, singkat, sederhana, dan unik. Citra merek memiliki indikator sebagai berikut:

- 1) Mudah dikenal.
- 2) Memiliki reputasi yang baik.
- 3) Menimbulkan hubungan emosional.
- 4) Kesetiaan konsumen.

2. Variabel *dependen* (Y)

Variabel Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan sesuatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Indikator keputusan pembelian yaitu :

- a. Pengenalan kebutuhan
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternatif
- d. Keputusan Pembelian
- e. Perilaku pasca pembelian

3.7 Tehnik Pengukuran Data

Pengukuran data dari tiap variabel dilakukan dengan alat bantu menggunakan skala *likert*. Djaali (2008 : 28) menyatakan skala yang dapat di pergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan. Skala yang umum digunakan dalam penelitian adalah kuesioner. Nama skala ini diambil dari nama Rensis Likert, pendidik dan ahli psikolog amerika serikat.

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 pertanyaan atau pertanyaan.

Skala *likert* untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap suatu objek, yang jenjangnya bisa tersusun atas :

- | | | |
|---------------------------------|-------------|-----|
| 1. Sangat Setuju (SS), | diberi skor | = 5 |
| 2. Setuju (S), | diberi skor | = 4 |
| 3. Ragu-Ragu (RR), | diberi skor | = 3 |
| 4. Kurang Setuju (KS), | diberi skor | = 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS), | diberi skor | = 1 |

3.8 Uji Validitas dan Realibilitas

3.8.1 Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian, data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2012;455).

Cara yang digunakan dalam menguji tingkat validitas adalah dengan variabel internal, yaitu menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan. Untuk mengukurnya menggunakan analisis butir. Pengukuran pada analisis butir yaitu dengan cara skor-skor yang ada kemudian dikorelasikan dengan menggunakan Rumus korelasi product moment yang dikemukakan oleh (Santoso, 2005; 280) sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2)(\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2)(\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Santoso, 2005; 280})$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi antara x dan y r_{xy}
 N = Jumlah Responden
 X = Skor item

Y	= Skor total
$\sum X$	= Jumlah skor items
$\sum Y$	= Jumlah skor total
$\sum X^2$	= Jumlah kuadrat skor item
$\sum Y^2$	= Jumlah kuadrat skor total

Kesesuaian harga diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan rumus di atas dikonsultasikan dengan tabel harga regresi moment dengan korelasi harga r lebih besar atau sama dengan regresi tabel, maka butir instrumen tersebut valid dan jika r lebih kecil dari regresi tabel maka butir instrumen tersebut tidak valid.

3.8.2 Uji Reabilitas

Uji realibilitas bertujuan untuk melihat konsistensi alat ukur yang akan digunakan yakni apakah alat ukur tersebut akurat, stabil dan konsisten. Teknik yang digunakan adalah koefisien *alpha cronbach*.

Reliabilitas suatu instrumen dapat diterima jika memiliki koefisien *alpha cronbach* minimal 0,60 yang berarti bahwa instrumen tersebut dapat dipergunakan sebagai pengumpul data yang handal yaitu hasil pengukuran relatif koefisien jika dilakukan pengukuran ulang.

Dalam penelitian ini uji realibilitas diolah menggunakan *software SPSS*.

3.9 Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistik. Proses pengujian asumsi klasik dapat dilakukan menggunakan program *IBM SPSS 20.0 For Windows*.

3.9.1 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (uji DW), dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima yang berarti tidak terdapat autokorelasi.
3. Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang menjelaskan.

Rumus Uji Durbin Watson sebagai berikut: (Alhusin, 2003)

$$d = \frac{\sum (e_n - e_{n-1})^2}{\sum e_x^2}$$

Keterangan:

d = nilai Durbin Watson

e = residual

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menunjukkan adanya hubungan linier antara variabel-variabel bebas (*independent*) dalam model regresi. Jika variabel bebas berkorelasi sempurna, maka dapat disebut dengan multikolinearitas sempurna.

Untuk mengetahui terdapat atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas. Jika diantara variabel bebas terdapat korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 90%) maka hal ini diindikasikan adanya multikolinearitas.
2. Menurut Ghozali (2005;91) mengatakan bahwa nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$. Uji ini dilakukan untuk menghindari kesalahan dalam mengestimasi kemampuan variabel *independent* sebagai prediktor variabel *dependent*. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai VIF regresi, jika nilai VIF variabel *independent* lebih besar dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut mempunyai hubungan linier yang sangat kuat dengan variabel bebas lain. Adapun untuk menghilangkan multikolinearitas adalah dengan menghilangkan variabel bebas tersebut dari persamaan regresi.

3.9.3 Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual atau pengamatan ke pengamatan lainnya, jika varian residual dan satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap maka disebut Homokedasitas dan jika berbeda disebut Heterokedasitas. Model regresi yang baik Homokedasitas dan tidak terjadi Heteroskedasitas.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya Heteroskedasitas terdapat beberapa cara, yaitu:

1. Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya Heteroskedasitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya).
2. Dasar analisis, jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit). Maka, mengindikasikan telah terjadi Heteroskedasitas. Jika tidak ada pola yang jelas secara titik-titik menyebar diatas nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedasitas.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan variabel *dependent* (Y), bila dua atau lebih variabel *independent* sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Jadi, analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel *independent* minimal dua (Sugiyono, 2007;277) .

Model persamaan regresi secara umum berbentuk sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- A = Bilangan Konstanta (*intercept* regresi)
- b_1X_1 = Koefisien regresi X_1 (Harga)
- b_2X_2 = Koefisien regresi X_2 (Kualitas produk)
- b_3X_3 = Koefisien regresi X_3 (*Brand image*)
- e = Standar *error*

3.11 Pengujian Hipotesis

3.11.1 Uji t

Uji t untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan kriteria sebagai berikut:

H_0 = Penggunaan harga, kualitas produk, dan *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H_a = Penggunaan harga, kualitas produk, dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Rumus untuk pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{bi}{se (bi)}$$

Keterangan:

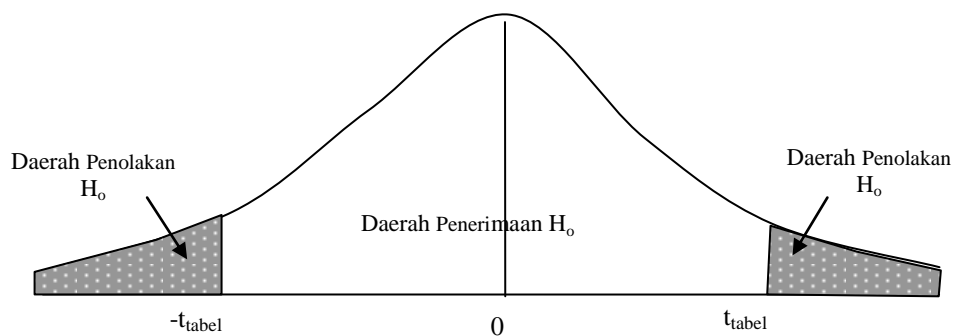
bi = Koefisien Regresi
se = *standard error*

Tingkat Signfikansi $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$ dengan $df = (\text{jumlah responden} - \text{total variabel bebas} - 1) n - k - 1 = 45$. Kriteria pengambilan keputusan t hitung dengan t tabel:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel} (2,0141)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya penggunaan harga, kualitas produk, dan *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel} (2,0141)$, maka H_0 ditolak. Artinya penggunaan harga, kualitas produk, dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kriteria pengambilan keputusan probabilitas (signifikansi) dengan $\alpha = 0,05$:

1. Jika probabilitas $> \alpha 0,05$, maka H_0 diterima. Artinya penggunaan harga, kualitas produk, dan *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Jika probabilitas $< \alpha 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya penggunaan harga, kualitas produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian.



Gambar 3.1
Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Secara Parsial (Uji t)

3.11.2 Uji F

Untuk menguji pengaruh secara bersama variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan kriteria sebagai berikut:

Pengujian F_{hitung} dengan F_{tabel}

H_0 = Penggunaan harga, kualitas produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian.

H_a = Penggunaan harga, kualitas produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian.

Rumus untuk pengujian hipotesis secara simultan (uji F) adalah sebagai berikut:

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

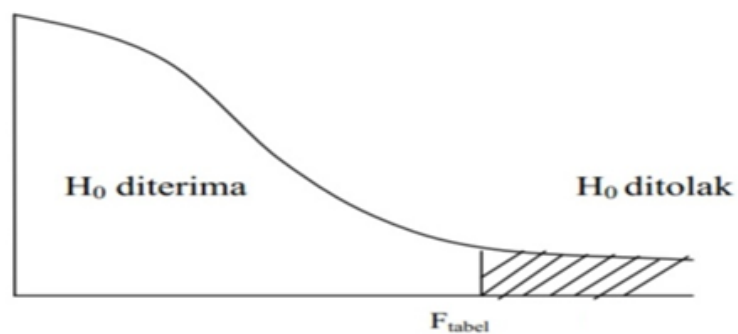
Keterangan:

R = Koefisien Regresi

k = jumlah Variabel *Independent*

n = jumlah anggota sampel

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima. Artinya penggunaan harga, kualitas produk, dan *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Artinya penggunaan harga, kualitas produk, dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.



Gambar 3.2
Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Secara Simultan (Uji F)