

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Menurut Darmawan (2016:37) penelitian kuantitatif ini adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Sedangkan jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif menurut Sugiyono (2012:11) penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan dua variabel atau lebih. Oleh karena itu penelitian ini akan menganalisis pengaruh yaitu : Harga (X1), kualitas produk (X2) dan *Brand Image* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor Yamaha Vixion di Yamaha Yes Gresik.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Jl. Gubernur Suryo no 170, Dealer resmi Yamaha Yes Gresik.

3.3 Populasi & Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2015:61). Populasi

dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli dan memakai sepeda motor di Yamaha Yes Gresik dengan jumlah yang tidak diketahui.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015;118) 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. Adapun penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2015;131) adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, maka untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus Riduwan (2012:66) :

$$n = (0,25) \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{\varepsilon} \right)^2$$

Dimana :

- n = jumlah sampel
- $Z_{\alpha/2}$ = nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan
- ε = kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai $Z_{\alpha/2}$ adalah 1.96. tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan 10% maka dari perhitungan tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan yaitu :

$$n = (0,25) \cdot \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2 = 96$$

Jadi berdasarkan rumus diatas sampel yang diambil sebanyak 96 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dimana semua populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dijadikan anggota sampel. Prosedur yang digunakan adalah memakai *sampling incidental* yaitu metode penetapan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015;124). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari konsumen yang pernah membeli sepeda motor di Yamaha Yes Gresik.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diambil serta dicatat untuk pertama kalinya. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini seperti data identitas responden dan hasil penelitian melalui kuesioner. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah jawaban responden berdasarkan indikator variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), *Brand Image* (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) yang diajukan kepada responden.

3.4.2 Sumber Data

sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari data konsumen yang pernah melakukan pembelian motor Yamaha vixion.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah suatu cara pengambilan data atau informasi dalam suatu penelitian. Adapun metode dalam pengumpulan data yang digunakan adalah teknik kuesioner (angket). Kuesioner merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, Sugiono (2012;142). Kuesioner dalam penelitian ini responden akan diberikan pertanyaan-pertanyaan mengenai Harga (X1), Kualitas Produk (X2), *Brand Image* (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) kepada responden yang melakukan pembelian motor yamaha vixion.

3.6 Identifikasi dan Devinisi Operasional Variabel

3.6.1 Identifikasi Variabel

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terdiri dari variabel bebas dan terikat yang diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel bebas / *Independent*

Variabel bebas (*Independent*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*Dependent*).

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Harga (X1)
- b. Kualitas Produk (X2)
- c. *Brand Image* (X3)

2. Variabel terikat / *Dependent*

Variabel terikat (*Dependent*) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

3.6.2 Definisi Operasional Variabel

Defenisi operasional yaitu suatu defenisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti dari membenarkan kegiatan atau suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Penguraian defenisi operasional variabel-variabel yang akan diteliti merupakan suatu cara untuk mempermudah pengukuran variabel penelitian. Juga memberikan batasan-batasan pada obyek yang diteliti.

3.6.2.1 Variabel Bebas

Variabel bebas yaitu variabel yang nilainya tidak tergantung pada variabel lain. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) adalah Harga Kualitas Produk, dan *Brand Image*.

1. Harga (X1) adalah jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.
2. Kualitas Produk (X2) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.
3. *Brand Imag* (X3) adalah merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran karena kegiatan memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa

tidak terlepas dari brand yang dapat diandalkan. konsumen dapat mengevaluasi produk yang sama secara berbeda tergantung pada bagaimana produk brand tersebut.

3.6.2.2 Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian motor di Yamaha Yes Gresik. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
1. Harga (X1)	jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.	a. Potongan Harga b. Penetapan Harga c. Variasi Pilihan Tipe d. Harga Jual Merk Bersaing	Likert
2. Kualitas Produk (X2)	kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.	a. <i>Performance</i> b. <i>Features</i> c. <i>Realibility</i> d. <i>Conformance</i> e. <i>Durability</i> f. <i>Serviceability</i> g. <i>Asthetics</i> h. <i>Perceived quality</i>	Likert

3. <i>Brand Image</i> (X3)	merupakan salah satu kegiatan pemasaran untuk memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa kepada calon konsumen.	a. Memiliki <i>brand</i> yang positif b. Atribut <i>brand</i> mudah diingat c. Atribut <i>brand</i> mudah disebut	Likert
4. Keputusan Pembelian (Y)	suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.	a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi	Likert

3.7 Pengukuran Variabel

Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Sugiyono, (2008:132). Skala likert digunakan untuk mengukur keputusan pembelian (Y), Harga (X1), Kualitas Produk (X2), *Brand Image* (X3).

Pada penelitian ini responden memilih salah satu dari jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu. Total skor inilah ditafsir sebagai posisi responden dalam Skala likert. Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.8 Uji Instrumen

Instrumen penelitian ini menggunakan kuisioner dalam pengumpulan data primer, sebelum kuisioner tersebut digunakan dalam analisis selanjutnya, kuisioner ini terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan program SPSS (*Social Product of Social Science*). Apabila dalam uji normalitas dan reliabilitas didapatkan data yang berdistribusi normal, maka dapat dilakukan langkah selanjutnya. Namun apabila datanya ternyata tidak berdistribusi normal maka tidak dapat dilakukan langkah selanjutnya.

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012;121) validitas adalah instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*)

dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2013;53).

r tabel didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3.8.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2012;121) mengatakan Uji Realibilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dan hasil pengukuran dapat diandalkan dan dipercaya. Reabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reabilitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan kreteria bahwa variabel dikatakan reliabel jika memeberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,70 (Nunnally dalam Ghozali, 2013;48).

3.9 Uji Asumsi Klasik

Model linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi klasik statistik yang meliputi sebagai berikut:

3.9.1 Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik

seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan, Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* (TOL) tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas (Ghozali, 2013;106).

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2013: 139)

Untuk melihat adanya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji statistik. Uji statistik yang dipilih adalah uji Glejser, dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas melalui uji Glejser adalah:

1. Apabila $\text{sig. 2-tailed} < \alpha = 0.05$, maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila $\text{sig. 2-tailed} > \alpha = 0.05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali 2013;163). Uji normalitas penelitian ini dengan menggunakan uji statistik non parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S).

Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai *Asymp. Sig (2-tailed)*. Data residual berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya di atas 0,05 dan data residual dikatakan tidak normal apabila nilai signifikansinya dibawah 0,05.

3.10 Teknik Pengambilan dan Analisis Data

3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dimaksud untuk menganalisis pengaruh dari variabel Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan *Brand Image* (X_3) Keputusan Pembelian (Y) dengan persamaan berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan: Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)
 a = Konstanta
 b_1 = Koefisien variabel Harga
 b_2 = Koefisien variabel Kualitas Produk
 b_3 = Koefisien variabel *Brand Image*
 x_1 = Harga
 x_2 = Kualitas Produk
 x_3 = *Brand Image*
 e = Error

3.10.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2013;97) “koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk

data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti mengajurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

3.11 Uji Hipotesis

Uji ini digunakan untuk menguji seberapa jauh satu variabel bebas (*independen*) secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (*dependen*). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap antara lain :

1. Merumuskan hipotesis statistik
2. Menentukan taraf signifikansi

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan pengujian dua arah (*2-tailed*) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

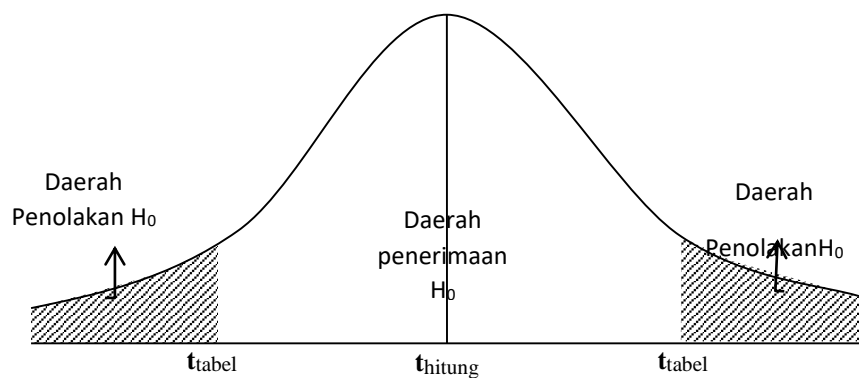
Keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3. Menentukan kriteria pengujian

- a. Apabilat hitung $>$ t tabel atau nilai signifikansi $<$ α (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial ada pengaruh nyata antara Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), *Brand Image* (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- b. Apabila t hitung $<$ t tabel t atau nilai signifikansi $>$ α (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial tidak ada pengaruh nyata antara Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), *Brand Image* (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).



Gambar 3. 1
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t

