

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif sehingga datanya berupa angka-angka (*numeric*). Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian sehingga tahapan-tahapan yang harus dilakukan tergambar jelas. Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya sehingga hasilnya dapat mengetahui apa yang telah diduga.

Bentuk penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil dari penelitian jadi dapat dilihat secara jelas. Pengertian deskriptif menurut sugiyono (2017:35) Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain sehingga hasil akhirnya itu mengetahui apakah ada pengaruhnya anatar variabel tersebut.

Metode deskriptif ini merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah di pelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan yang sistematis dan menunjukkan hasil yang sangat bagus.

### **3.2. Lokasi Penelitian**

Dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan untuk membahas permasalahan, maka objek penelitian ini dilakukan di PT.Auto 2000 Gresik Jl. Raya Manyar KM 24 Desa Manyar rejo Kecamatan Manyar-Kabupaten Gresik Jawa Timur 61151.

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Arikunto (2013:173) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian, jadi yang dimaksud populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun prosentase kesamaan itu sedikit atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu sejumlah 215 orang yang sudah membeli mobil Toyota di PT.Auto 2000 Gresik dan beralamat rumah di Gresik.

### 3.3.2. Sampel

Sugiyono (2010;81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah 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).

Adapun penelitian ini menggunakan rumus *slovin* karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus *slovin* untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel / jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, e = 0,05 atau 5%.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 215 orang, maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{215}{1 + (215(0,05^2))} \\ &= \frac{215}{1 + (215(0,0025))} \\ &= \frac{215}{1 + 0,5375} \\ &= \frac{215}{1,5375} \end{aligned}$$

= 139,186, dibulatkan = 140

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang mejadi responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 140 orang.

Pengambilan sampel dilakukan dengan *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2014:118) dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan seacara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Prosedur yang digunakan adalah dengan *system* undian nama konsumen, yaitu siapa saja nama yang keluar setelah diundi akan langsung dijadikan sampel.

### **3.4. Jenis dan Sumber Data**

#### **3.4.1 Jenis Data**

Dalam penelitian ini menggunakan data primer atau data langsung. Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara, observasi dan kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah sampel responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi yang dalam penelitian ini yaitu konsumen mobil Toyota Auto 2000 (Sugiyono, 2017:137). Data primer dalam penelitian ini adalah hasil jawaban responden yang berasal dari kuesioner yang diisi secara riil oleh responden.

#### **3.4.2. Sumber Data**

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini dari bagian sumber daya manusia di PT. Auto 2000 Gresik.

### **3.5. Teknik Pengambilan Data**

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan metode sebagai berikut: Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2013;80). Kuisisioner dalam penelitian ini dibuat dalam bentuk pilihan ganda yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti dan didistribusikan kepada responden (Konsmen) di PT.Auto 2000 Gresik.

### **3.6. Definisi Operasional Variabel**

Definisi oprasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau memeberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Pengertian oprasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi:

#### **1. Variabel Independen**

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Citra Merek ( $X_1$ ).**

Merek yang baik syarat adalah mudah diingat, mudah diucapkan, singkat, sederhana, dan unik. Menurut Kertajaya (2004;484) Variabel ini diukur melalui indikator yaitu :

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

## 2. Kualitas Produk ( $X_2$ ).

Kualitas produk adalah menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayai produk tersebut, ketepatan (*precision*) produk, dari segi pandangan pemasaran kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu atau kualitas produk tersebut. Menurut Fandy Tjiptono (2016:134) Variabel ini diukur melalui indikator yaitu :

- 1) Ciri-Ciri
- 2) Fitur (*Features*)
- 3) Daya tahan (*Durability*).
- 4) Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*).

## 3. Promosi ( $X_3$ ).

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan. Menurut Kotler (2009:172) indikator promosi yaitu:

- 1) Iklan (*Advertising*)
- 2) Promosi Penjualan (*Personal Selling*)
- 3) Pubisitas.

## 4. Keputusan pembelian (Y)

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. Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Tjiptono (2016:199) indikator keputusan pembelian, yaitu:

- 1) Pilihan produk.
- 2) Pilihan merek.
- 3) Waktu pembelian.
- 4) Metode pembayaran.

### **3.7. Teknik Pengukuran Data**

Pengukuran variabel dilakukan dengan alat bantu kuisioner yang diisi oleh responden secara riil. Pengukuran kuisioner dalam penelitian ini menggunakan Skala *Likert* dibuat dalam bentuk pilihan ganda sehingga memudahkan informan untuk mengisinya. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang terjadi dan akan diteliti. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian yang akan diteliti (Sugiyono, 2017:93). Dari setiap jawaban akan diberi skor, dimana hasil skor akan menghasilkan skala pengukuran ordinal, untuk variabel X1 (Citra Merek), variabel X2 (Kualitas Produk), variabel X3 (Promosi) dan variabel Y (Keputusan Pembelian) produk mobil Auto 2000. Untuk lebih jelasnya, berikut ini kriteria bobot penilaian dari setiap pernyataan dalam kuesioner yang dijawab responden, dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut:

**Tabel 3.1**  
**Pemberian Skor dan Opsi Pertanyaan**

<b>Pilihan Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sumber: Sugiyono, 2017:93)

### **3.8. Uji Instrumen Variabel**

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**

Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang kita ingin ukur dan bukan mengukur yang lain sehingga hasil ukurnya valid. *Uji validitas* digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner yang telah diisi oleh responden. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut secara riil (Imam Ghozali 2018). *Uji Validitas* dapat dikatakan valid apabila signifikan <



0,05 atau 5% sehingga apabila nilai signifikansinya sebesar 0,05 berarti data tersebut dinyatakan valid.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2018), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk yang akan diteliti. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan tidak ada perubahan.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan komputer program *SPSS* dengan uji keterandalan teknik *Alpha Cronbach*. Untuk menginterpretasikan koefisien reliabilitas digunakan kategori menurut Sugiyono (2015:184) sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi (r)**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan reliabel atau tidak bila  $r$  lebih besar atau sama dengan 0,600 maka item tersebut reliabel. Bila  $r$  lebih kecil dari 0,600 maka item tersebut tidak reliabel.

### **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 Normalitas**

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan sebagai prasyarat untuk melakukan analisis data yang bertujuan apakah data tersebut normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian yang diajukan. Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang akan digunakan dalam penelitian apakah berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak bertujuan untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data distribusi normal. Uji normalitas bisa dinyatakan normal apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Uji yang dapat digunakan untuk melihat normalitas data yang akan diteliti adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dasar dalam pengambilan keputusan adalah :

1.  $H_0$  : Jika nilai signifikansi  $> 0.05$  dan residual berdistribusi normal data yang akan diteliti tersebut.
2.  $H_a$  : Jika nilai signifikansi  $< 0.05$  dan residual tidak berdistribusi normal.

#### **3.9.2 Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghozali (2018:108) Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen jadi uji multikolinieritas ini digunakan untuk menguji apakah ditemukan korelasi

atau tidaknya antar variabel independen. Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen yang akan diteliti. Cara mendeteksi ada tidaknya *Multikolonieritas* yaitu dengan cara memperhatikan angka dari *Variance Inflation Factor (VIF)* dan tolerance. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya *multikolonieritas* adalah nilai tolerance kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih dari 0,10.

### **3.9.3 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali ( 2018:108) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain yang telah diuji. Jika *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka model regresi tersebut termasuk homoskedastisitas. Sebaliknya, jika *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda, maka model regresi termasuk heteroskedastisitas . Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji gletser. Uji gletser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan apabila nilai signifikannya lebih besar dari tingkat kepercayaannya 5%.

## **3.10. Analisis Data**

### **3.10.1. Uji Kelayakan Model**

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model layak atau tidak layak terhadap variable dependen atau terikat. Dasar dalam pengambilan keputusan adalah membandingkan tingkat

signifikansi (  $\alpha$  ) sebesar 0,05 dengan tingkat signifikansi yang diketahui secara langsung dengan menggunakan program SPSS dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Nilai signifikansi  $> 0,05$  berarti model Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk mobil Toyota Auto 2000 tidak layak.
- b. Nilai signifikansi  $< 0,05$  berarti model Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk mobil Toyota Auto 2000 layak diterima.

### **3.10.2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang ada dalam penelitian tersebut. Apabila Nilai koefisien mendekati satu, maka dikatakan variabel independen berpengaruh sangat kuat terhadap variabel dependen yang ada didalam penelitian. Sedangkan, jika  $R^2$  kecil maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat rendah (Ghozali, 2018;97). Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabel independent terhadap variabel dependen pada penelitian yang dilakukan.

### **3.10.3. Analisis Regresi Linier Berganda**

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis berganda. Ghozali (2018:95) analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis tentang antara hubungan dua variabel bebas atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel tergantung. Penggunaan analisis regresi linier berganda

karena pada penelitian ini memiliki 3 variabel bebas yaitu citra merek. Keputusan pembelian dan promosi.

Berikut ini adalah persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = Standart Error

X1 = Variabel Citra Merek

X2 = Variabel Kualitas Produk

X3 = Variabel Promosi

Hasil regresi yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah nilai koefisien regresi yang diperoleh apakah mempunyai pengaruh.

$\beta = 0$ , tidak pengaruh X<sub>1</sub> X<sub>2</sub> X<sub>3</sub> terhadap Y,

$\beta \neq 0$ , ada pengaruh X<sub>1</sub> X<sub>2</sub> X<sub>3</sub> terhadap Y

#### **3.10.4. Uji Tingkat Signifikansi Uji t (Parsial)**

Menurut Ghazali (2018:99) Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial jadi uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Pengujian hipotesis

dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 dengan tingkat signifikansi yang diketahui secara langsung dengan menggunakan program SPSS dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Nilai signifikansi  $> 0,05$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya bahwa model Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk mobil Toyota Auto 2000 tidak layak.
- b. Nilai signifikansi  $< 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya bahwa model Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk mobil Toyota Auto 2000 layak diteima.

