

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan menitik beratkan pada pengujian hipotesis dalam menghasilkan suatu kesimpulan. Sebagai langkah awal, yaitu mengumpulkan data yang berhubungan dengan topik penelitian berupa jurnal dan buku-buku penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan dan sumber referensi untuk memperoleh landasan teori dan cara menganalisis data. Langkah selanjutnya yaitu melakukan pendekatan penelitian dengan cara meneliti pada subjek tertentu dan hasilnya ataupun kesimpulannya hanya berlaku pada subjek tersebut.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai dengan saat ini.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian dilakukan pada PT. Arina Parama Jaya yang terletak di Jalan Veteran Kilometer 01, Kelurahan Segoromadu, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik. Pada konsumen pengguna produk Toyota Innova sebagai Respondennya.

3.3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2016:80), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari sebuah obyek ataupun subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diruju oleh peneliti guna untuk dipelajari dan kemudian ditambah kesimpulan. Gambaran dari populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang telah membeli unit Toyota Innova pada PT. Arina Parama Gresik pada tahun 2019.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, (2016:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling* yaitu dengan penetapan sampel berdasarkan ciri-ciri khusus, yaitu konsumen PT Arina Parama Jaya yang telah melakukan pembelian Toyota Innova pada tahun 2019, serta konsumen yang telah memiliki kartu penduduk.

Sedangkan penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada pendapat Roscoe yang dikutip oleh Sugiyono, (2011:91), bahwa jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti (variabel bebas dan variabel terikat). Untuk itu, perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$n = 10 \times (\text{jumlah variabel bebas} + \text{variabel terikat})$$

$$n = 10 \times (3 + 1)$$

$$n = 10 \times (4) = 40$$

Untuk itu jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 responden

3.4. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh ataupun dikumpulkan secara langsung dari sumber datanya. Data primer dalam penelitian ini meliputi, data yang diperoleh dari konsumen PT Arina Parama Jaya sebagai respondenya, melalui kuesioner yang dibagikan berupa *link googleform* dengan bantuan *customer service area* bengkel karena berhubungan langsung dengan pengguna Toyota Innova. Hasil pengumpulan data ini diperlukan untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap pembelian mobil Toyota Innova pada PT Arina Parama Jaya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini melalui cara pengumpulan artikel, jurnal-jurnal hasil penelitian terdahulu, serta dokumen dan data perusahaan.

3.5. Teknik Pengambilan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner. Menurut Sugiyono, (2016:142), teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Data kuesioner didapatkan dengan meminta bantuan dari *customer service* pada PT

Arina Parama Jaya dengan meminta para konsumen untuk mengisi kuesioner yang berada dalam *goggle form* yang nantinya akan dijadikan sebagai sumber data untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

3.6. Teknis Pengukuran Data

Pengukuran data kuesioner dalam penelitian ini menggunakan *Skala Likert*. Menurut Sugiyono, (2016: 93), *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian ini peneliti membagi skala menjadi lima. Berikut untuk skala pengukuran variabel citra merek, kualitas produk, dan keluarga terhadap keputusan pembelian adalah :

Tabel 3. 1 Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	Skor 5
2	Setuju (S)	Skor 4
3	Netral (N)	Skor 3
4	Tidak Setuju (TS)	Skor 2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	Skor 1

3.7. Definisi Operasional

1. Citra Merek (X1)

Menurut Setiadi dalam Wicaksono, (2018:5), mendefinisikan bahwa citra merek mempunyai peranan penting dalam keputusan pembelian Innova pada PT Arina Parama Jaya, berikut ada tiga indikator utama yang digunakan untuk mengukur citra merek yaitu :

a. Mudah dikenali

- b. Mempunyai reputasi yang baik
- c. Selalu diingat dibenak konsumen

2. Kualitas produk (X2)

Menurut Tjiptono dalam Wicaksono (2018:6), mendefinisikan bahwa kualitas produk mempunyai peranan penting dalam keputusan pembelian produk Innova pada PT Arina Parama Jaya, berikut ada enam indikator utama untuk mengukur kualitas produk meliputi.:

- a. Kinerja
- b. Keistimewaan Tambahan
- c. Keandalan
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi
- e. Daya tahan
- f. Estetika

3. Keluarga (X3)

Menurut Friedman dalam Lubis, (2013:150), mendefinisikan bahwa keluarga mempunyai peranan penting dalam keputusan pembelian produk Innova pada PT Arina Parama Jaya, berikut ada tiga indikator utama untuk mengukur keluarga :

- a. Dukungan informasi
- b. Dukungan penilaian
- c. Dukungan instrumental
- d. Dukungan emosional

4. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Arnanto, (2017:8), mendefinisikan bahwa terdapat empat indikator utama dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk :

- a. Pengenalan kebutuhan
- b. Pencarian informasi
- c. Pengevaluasian alternatif
- d. Keputusan pembelian

3.8. Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian Instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak, sehingga hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Berikut dua alat uji instrumen yang dipakai dalam penelitian ini :

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali, (2016:52), menjelaskan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner penelitian. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan indikator yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam penelitian ini, uji dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor butir-butir pertanyaan dengan total skor variabel bebas maupun variabel terikat. penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan kriteria pengujian bila nilai r hitung $>$ r tabel maka dapat disimpulkan butir

pertanyaan tersebut valid, sebaliknya jika nilai r hitung $< r$ tabel maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali, (2016:47), uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu.

pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik pengukuran sekali saja. Hasil dari pengukuran tersebut dibandingkan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α) dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ (Siregar, 2017:90).

3.9. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *kuantitatif deskriptif*, digunakan untuk menganalisis data yang sifatnya bilangan atau berupa angka-angka. Sumber data yang digunakan dari penelitian ini adalah penarikan data primer dengan menggunakan kuisisioner. Data tersebut diolah dengan bantuan aplikasi SPSS Versi 26.0 dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban dari responden, Adapun untuk menganalisis data penelitian dengan aplikasi spss adalah sebagai berikut:

1. Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linear berganda. Dalam analisis ini dikembangkan menjadi sebuah persamaan regresi yaitu suatu formula

yang dapat mencari nilai variabel dependen dari nilai variabel independen yang diketahui. Analisis regresi dalam penelitian ini digunakan untuk tujuan peramalan, dimana dalam model tersebut ada satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen (Ghozali, 2016:192). Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian.

a = Konstanta regresi.

b₁ = Koefisien regresi Citra Merek.

b₂ = Koefisien regresi Kualitas produk.

b₃ = Koefisien regresi keluarga.

X₁ = Citra Merek.

X₂ = Kualitas produk

X₃ = Keluarga

e = error

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS)

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali, (2016:154), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak

berdistribusi normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan jika nilai signifikan diatas 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Sedangkan jika hasil *One Sample Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali, (2016:103), uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Nilai yang menunjukkan tidak adanya gejala multikolinearitas dalam model regresi adalah nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan *Variance Inflation Factor* (VIF) ≤ 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, (2016:134), uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang dikatakan baik jika hasil dari uji tersebut tidak terjadi gejala-gejala heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji heteroskedastisitas Glejser.

3.10. Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Uji t biasa dikenal dengan uji signifikansi terhadap masing-masing koefisien regresi, uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikansi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang dilihat dari interpretasi hasil di kolom Sig. Dengan dasar pengambilan keputusan (Sarjono dan Julianita, 2011:53) :

- a. Jika nilai sig < 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai sig > 0,05 maka Ha ditolak dan Ho diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji F

Menurut Ghozali, (2016:96), uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan yang digunakan sebagai berikut :

- a. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat bebas, sedangkan rumus untuk mencari F tabel adalah sebagai berikut :

$$df1 = (k - 1) = (4 - 1) = 3.$$

$$df2 = (n - k) = (40 - 4) = 36 \text{ (0,286, Lampiran 4).}$$

- b. Kriteria keputusan :

- 1). Uji Kecocokan model ditolak jika $\alpha > 0,05$.
- 2). Uji Kecocokan model diterima jika $\alpha < 0,05$

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi R^2 pada bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien

determinasi adalah nol dan satu. Jika nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel–variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Dan sebaliknya, jika nilai yang mendekati satu berarti variabel–variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:95).

Analisis koefisien determinasi berganda merupakan alat ukur untuk melihat kadar keterikatan antara variabel bebas dan terikat secara simultan. Analisis koefisien determinasi berganda menunjukkan persentase hubungan dari variasi turun naiknya variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara citra merek, kualitas produk, dan keluarga terhadap keputusan pembelian.

