

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian *Explanatory reseach* yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Penelitian dilakukan dengan obyek konsumen sepeda motor matik merek Vario dengan kisaran sampel yang digunakan 100 responden.

Metode yang digunakan adalah pengumpulan data kuisisioner. Skala pengukuran menggunakan skala *Likert*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 21 *for windows*.

#### **3.2 Obyek dan Lokasi Penelitian**

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah di wilayah Kecamatan Ploso dengan obyek penelitian citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen motor matik merek Vario.

### **3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

#### **3.3.1 Variabel Penelitian**

##### **1. Variabel Dependen**

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang dilambangkan dengan Y.

##### **2. Variabel Independen**

Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah citra merek dilambangkan dengan X1 dan kualitas produk yang dilambangkan dengan X2.

#### **3.3.2 Definisi Operasional**

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

Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

##### **a. Citra Merek (X1)**

Citra merek adalah serangkaian keyakinan maupun kepercayaan yang sudah tertanam pada benak konsumen terhadap sepeda motor matik merek Vario. Menurut Low & Lamb Jr (2000) indikator variabel citra merek adalah:

1. *Friendly* : kemudahan untuk dikenali konsumen.
2. *Modern* : memiliki model yang kekinian.
3. *Useful* : bisa digunakan dengan baik (bermanfaat).
4. *Popular* : akrab dibenak konsumen.
5. *Gentle* : memiliki tekstur yang halus.

6. *Natural*: keaslian komponen pendukung atau bentuk.

#### **b. Kualitas Produk (X2)**

Kualitas Produk adalah semua karakteristik yang ada pada sepeda motor matik merek Vario yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dari konsumen.

Menurut Tjiptono, Candra, & Adriana (2008) indikator variabel kualitas produk adalah:

1. Kinerja (*performance*)
2. Fitur (*features*)
3. Reliabilitas (*reliability*)
4. Konformasi (*conformance*)
5. Daya tahan (*durability*)
6. Estetika (*aesthetics*)
7. Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*)

#### **2. Variabel Dependen**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

##### **a. Keputusan Pembelian (Y)**

Adalah keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan sepeda motor yang diinginkan dengan pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan. Menurut Kotler & Armstrong (2008) indikator keputusan pembelian adalah:

1. Pengenalan masalah (*need recognition*)
2. Pencarian informasi (*information seach*)
3. Evaluasi alternatif (*evaluasi alternatif*)
4. Keputusan pembelian (*purchase decision*)
5. Perilaku pascapembelian (*postpurchase behavior*)

**Tabel 3.1**  
**Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Butir</b>
Citra merek (X1)	1. <i>Friendly</i>	1. Motor matik Vario mudah dikenali oleh konsumen.
	2. <i>Modern</i>	2. Motor matik Vario modelnya tidak ketinggalan jaman.
	3. <i>Useful</i>	3. Motor matik Vario dapat digunakan dengan baik dan bermanfaat.
	4. <i>Popular</i>	4. Motor matik Vario sangat terkenal dikalangan masyarakat.
	5. <i>Gentle</i>	5. Tarikan gas motor matik Vario sangat halus.
	6. <i>Natural</i>	6. Keaslian dapat dilihat dari stiker F1 yang melekat pada motor matik Vario. 7. Keaslian dapat dilihat dari stiker/logo Honda yang apa pada motor matik Vario.
Kualitas produk (X2)	1. Kinerja ( <i>performance</i> )	1. Kinerja bahan bakar minyak sepeda motor Vario irit. 2. Kinerja mesin sepeda motor Vario tahan lama
	2. Fitur ( <i>features</i> )	3. Motor matik Vario memiliki fitur yang lengkap. 4. Tulisan Vario menggunakan 3 dimensi sehingga terkesan lebih mewah.
	3. Keandalan ( <i>reliability</i> )	5. Motor matik Vario dapat diandalkan.
	4. Konformasi ( <i>conformance</i> )	6. Motor matik Vario sesuai dengan spesifikasinya. 7. Tiap tipe motor matik Vario memiliki spesifikasi tersendiri.
	5. Daya tahan ( <i>durability</i> )	8. Motor matik Vario memiliki daya tahan lama. 9. Motor matik Vario tidak cepat rusak.
	6. Estetika ( <i>aesthetics</i> )	10. Motor matik Vario memiliki desain seni dan bentuk yang khas.
	7. Persepsi terhadap kualitas ( <i>perceived quality</i> )	11. Motor matik Vario memiliki kesan kualitas yang baik dan bagus.

**Lanjutan Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....**

Keputusan pembelian (Y)	1. Pengenalan masalah ( <i>need recognition</i> )	1. Saya membeli motor matik Vario karena sesuai dengan keinginan saya. 2. Saya membeli motor matik Vario karena untuk menunjang kegiatan sehari-hari. 3. Saya membeli motor matik Vario untuk mendukung dalam kegiatan pekerjaan.
	2. Pencarian informasi ( <i>information search</i> )	4. Saya membeli motor matik Vario karena rekomendasi dari keluarga. 5. Saya membeli motor matik Vario karena rekomendasi dari media massa.
	3. Evaluasi alternatif ( <i>evaluasi alternatif</i> )	6. Saya membeli motor matik Vario karena promosi yang dilihat atau didengar. 7. Saya membeli motor matik Vario karena mereknya bagus.
	4. Keputusan pembelian ( <i>purchase decision</i> )	8. Penawaran khusus yang diberikan motor matik Vario menjadi alasan saya melakukan pembelian. 9. Harga yang sesuai menjadi alasan saya melakukan pembelian motor matik Vario. 10. Kemudahan menemukan <i>dealer</i> motor matik Vario yang menjadi alasan saya melakukan pembelian.
	5. Perilaku pascapembelian ( <i>postpurchase behavior</i> )	11. Setelah membeli motor matik Vario saya merasa puas. 12. Saya merekomendasikan ke teman atau kerabat untuk membeli motor matik Vario.

### 3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan sebuah kesepakatan yang digunakan untuk acuan yang berfungsi mengukur panjang pendek interval yang ada pada alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Pengukuran nilai dari angket yaitu menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena sosial.

Fenomena sosial disini yang dimaksud adalah variabel penelitian (Sugiyono, 2012).

Skala Likert yang digunakan ialah lima tingkatan yang ada pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.2**  
**Instrumen Skala Likert**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Skor</b>
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

Pada penelitian ini diharapkan responden memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia, kemudian setiap jawaban yang diberikan akan diberikan nilai tertentu (1, 2, 3, 4 dan 5). Nilai yang diperoleh akan dijumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala *Likert*.

### **3.5 Penentuan Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

#### **3.5.1 Populasi**

Populasi merupakan sebuah wilayah umum yaitu obyek atau subyek yang memiliki kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik menjadi sebuah kesimpulan (Sugiyono,

2012). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah konsumen sepeda motor matik merek Vario di Dealer Anyar Motor Cabang Jombang yang tidak diketahui populasinya.

### 3.5.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi, apabila populasinya tidak diketahui maka peneliti tidak bisa untuk mempelajari semua, sampel yang diambil harus representative (mewakili) (Sugiyono, 2014:116). Berikut ini adalah rumus untuk menentukan sampel:

$$n = \frac{(Z\alpha / \sigma)^2}{e}$$


$$n = \frac{(1,96 / 0,25)^2}{0,5}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan:

$n$  : Jumlah sampel

$Z\alpha$  : Tingkat distribusi normal dalam pada taraf signifikan 5% = 1,96

$e$  : Kesalahan penarikan dalam sampel pada penelitian ini ditetapkan sebesar 5% atau 0,05.

Dengan menggunakan standar deviasi ( $\sigma$ ) = 0,25 dan dengan tingkat *error* atau kesalahan 5%, maka jumlah sampel minimal yang bisa diambil sebesar 96,04 yang dibulatkan oleh peneliti menjadi 97. Berdasarkan perhitungan diatas, sampel minimal yang digunakan sebanyak 97 responden. Untuk melengkapi dan menyempurnakan maka peneliti membulatkan menjadi 100 responden.

### **3.5.3 Teknik Sampling**

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur dalam anggota populasi untuk dipilih menjadi sebuah sampel, pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan, dimana apabila peneliti menjumpai siapa saja secara kebetulan maka bisa dijadikan sebagai sampel, bila dipandang sebagai sumber data yang sesuai dengan sumber data (Sugiyono, 2010:85). Dalam penelitian ini yang dimaksud ialah konsumen motor matik merek Vario di Dealer Anyar Motor.

### **3.6 Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber obyek penelitian. Sumber data primer adalah kuisisioner (angket) tentang pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor matik merek Vario.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media cetak seperti buku, katalog perusahaan dan keterangan lain yang berhubungan dengan pokok penelitian, seperti gambaran umum perusahaan serta jumlah penjualan.

### **3.7 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Kuisisioner**

Kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan lembaran angket yang berisi daftar pertanyaan kepada responden atau konsumen.

#### **2. Studi Kepustakaan**

Metode dimana penelitian didasarkan pada studi kepustakaan terhadap buku-buku literatur maupun media-media lain sebagai penunjang penelitian.

### 3.8 Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Valid adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2014:). Berdasarkan definisi diatas, maka validitas adalah suatu karakteristik dari obyek yang akan diteliti berdasarkan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuisisioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang akan diukur dan diinginkan dengan tepat. Uji validitas didalam penelitian ini digunakan untuk mengukur apakah angket yang dibuat oleh peneliti sudah benar-benar mampu mengukur apa yang akan diukur oleh peneliti. Berikut ini adalah rumus korelasi *Pearson Product Moment* (Arikunto, 2013:226):

$$r_{xy} = \frac{(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Korelasi

X = Skor item X

Y = Skor item Y

n = Banyaknya sampel dalam penelitian

Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item dapat dikatakan valid atau tidak valid dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi  $r$  diatas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid dan sebaliknya apabila korelasi  $r$  dibawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 21 *for windows*.

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Validitas Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian**

Variabel	Butir Pernyataan	Validitas		Keterangan
		r hitung	r kritis	
Citra Merek (X1)	X1.1	0,492	0,30	Valid
	X1.2	0,418	0,30	Valid
	X1.3	0,641	0,30	Valid
	X1.4	0,571	0,30	Valid
	X1.5	0,402	0,30	Valid
	X1.6	0,635	0,30	Valid
	X1.7	0,733	0,30	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,528	0,30	Valid
	X2.2	0,481	0,30	Valid
	X2.3	0,430	0,30	Valid
	X2.4	0,457	0,30	Valid

**Lanjutan Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.....**

Kualitas Produk (X2)	X2.5	0,401	0,30	Valid
	X2.6	0,470	0,30	Valid
	X2.7	0,582	0,30	Valid
	X2.8	0,461	0,30	Valid
	X2.9	0,449	0,30	Valid
	X2.10	0,479	0,30	Valid
	X2.11	0,606	0,30	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,505	0,30	Valid
	Y2	0,404	0,30	Valid
	Y3	0,479	0,30	Valid
	Y4	0,488	0,30	Valid
	Y5	0,523	0,30	Valid
	Y6	0,525	0,30	Valid
	Y7	0,577	0,30	Valid
	Y8	0,395	0,30	Valid
	Y9	0,381	0,30	Valid
	Y10	0,379	0,30	Valid
	Y11	0,403	0,30	Valid
	Y12	0,469	0,30	Valid

*Sumber: Data Primer Diolah, 2019*

Berdasarkan tabel 3.3 terlihat bahwa semua butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Citra Merek (X1), Kualitas Produk

(X2) dan Keputusan Pembelian (Y) mempunyai *Pearson Correlation* atau  $r > 0,30$ . Hal ini dapat diartikan bahwa semua instrumen valid dan dapat digunakan sebagai penelitian ini.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut (Ferdinand, 2014) adalah sebuah *scale* atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan dapat disebut *reliable* atau terpercaya apabila instrumen konsisten menunjukkan hasil yang sama setiap kali melakukan pengukuran. Penggunaan uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah responden menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam angket secara konsisten atau tidak. Formula yang digunakan dalam pengujian ini adalah *Cronbach alpha*:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum a_b^a}{a_1^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum a_b^a$  = Varian total

$a_1^2$  = Jumlah varian item

Untuk mengetahui reliabel atau tidak suatu instrumen pengambilan data suatu penelitian dapat dilakukan dengan melihat nilai koefisien realibilitas. Nilai koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai 1. Apabila

nilai koefisien tersebut mendekati 1, maka instrumen tersebut semakin reliabel, apabila nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,6.

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Standart Cronbach's Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Citra Merek (X1)	0,632	0,6	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,670	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,663	0,6	Reliabel

*Sumber: Data Primer Diolah, 2019*

Berdasarkan tabel 3.4 menunjukkan bahwa nilai *Croanbach's Alpha* instrumen dengan semua variabel penelitian mempunyai *Croanbach's Alpha* >0,6, sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen dalam penelitian ini adalah reliabel dan layak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

### **3.9 Teknik Analisis Data**

#### **3.9.1 Analisa Deskriptif**

Menurut (Sugiyono, 2014) metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum. Analisa deskriptif digunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\frac{\text{Nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

- a) 1,0 – 1,8 = Buruk sekali
- b) >1,81 – 2,6 = Buruk
- c) >2,61 – 3,4 = Cukup
- d) >3,41 – 4,2 = Baik
- e) >4,21 – 5,0 = Sangat baik

### 3.9.2 Analisa Regresi Linier Berganda

Alat analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisa Regresi Linier Berganda (Sugiyono, 2014):

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + et$$

Keterangan:

- Y = Keputusan pembelian
- $\alpha$  = Koefisien konstanta
- b = Koefisien regresi
- $x_1$  = Citra merek
- $x_2$  = Kualitas produk
- et = Error item

### 3.9.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang dibuat dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

#### 1. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2013) uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi.

Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal, normalitas data dalam penelitian dilihat dengan cara memperhatikan titik-titik pada *Normal P-plot Of regression Standardized Residual* dari variabel terikatnya. Persyaratan dari uji normalitas adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### 2. Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2013) uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada kolerasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui korelasi antar variabel independen dalam suatu model regresi. Selain itu deteksi terhadap multikolinearitas juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji t-parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dilihat dari value inflation factor (VIF). Apabila tolerance value  $< 0,01$  atau  $VIF > 10$  maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila tolerance value  $> 0,01$  atau  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

### **3. Uji Autokorelasi**

Istilah autokorelasi dapat didefinisikan sebagai korelasi antar sesama urutan pengamatan dari waktu ke waktu. Untuk dapat mendeteksi adanya autokorelasi dalam situasi tertentu, biasanya memakai uji *Durbin Watson*, dengan keputusan nilai *Durbin Watson* diatas nilai  $d_U$  dari nilai  $4-d_U$ ,  $d_U < dw < 4-d_U$  dan dinyatakan tidak terjadi autokorelasi (Simamora, 2005).

### **4. Uji Heterokedastisitas**

Menurut Sumarsono (2004) uji heterokedastisitas sebagai berikut heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Heterokedastisitas merupakan indikasi varian antar residual tidak homogen yang mengakibatkan nilai taksiran yang diperoleh tidak lagi efisien. Heterokedastisitas berarti penyebaran titik dan populasi pada bidang regresi tidak konstan gejala ini

ditimbulkan dari perubahan-perubahan situasi yang tidak tergambar dalam model regresi. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik penyebaran diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka mengidentifikasi tidak terjadi heterokedastisitas pada grafik *scatterplot*.

### 3.9.4 Uji Hipotesis

#### 1. Uji t atau uji parsial

1. Membuat formulasi hipotesis.

Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel (Y).

2. Melihat nilai t hitung masing-masing variabel.
3. Menentukan level signifikansi yaitu 5% (0,05).
4. Mengambil keputusan.

a. Jika  $t_{sig} < \alpha = 0,05$  maka hipotesis diterima.

b. Jika  $t_{sig} > \alpha = 0,05$  maka hipotesis ditolak (Sugiyono, 2010).

### 3.9.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  terletak antara 0 sampai 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Perhitungan nilai koefisien determinasi ini diformulasikan sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{SSe}{SSt} \quad (\text{Ghozali, 2009})$$