

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis eksplanasi yaitu untuk menggambarkan hubungan antar kausalitas (variabel satu dengan variabel lainnya). Maka penelitian yang di lakukan untuk menguji hubungan variabel independen yaitu desain produk (X) dengan variabel dependen keputusan pembelian (Y).

Menurut Singarimbun dan Effendi (2006) penelitian eksplanasi (*explanatory risearch*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antar variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipoteis. Maka penelitian yang di lakukan untuk menguji hubungan antar variabel independen yaitu desain produk (X) dan variabel dependen keputusan pembelian (Y).

Menurut Sugiyono (2011) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif, “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

3.2 Lokasi dan Obyek Penelitian

Dalam penelitian, lokasi yang dipilih adalah wilayah Kabupaten Jombang. Obyek penelitian ini adalah desain produk terhadap kepuasan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX pada masyarakat Kabupaten Jombang

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.3.1 Definisi Operasional

Penelitian ini melibatkan dua variabel dimana terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

3.3.1.1 Variabel Independen (X)

Variabel *independen* / bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel *dependen* (variabel terikat) (Sugiyono, 2011)

Adapun yang menjadi variabel *independen* dalam penelitian ini adalah desain produk (X)

Indikator dari variabel ini adalah:

1) Bentuk

Banyak produk yang dapat dibedakan dalam bentuk, model atau struktur fisik produk..

2) Fitur

Sebuah perusahaan dapat mengidentifikasi dan memilih fitur-fitur baru yang sesuai dengan keinginan konsumen.

3) Daya tahan

Merupakan suatu ketahanan pada suatu produk atau suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal atau berat yang merupakan atribut berharga untuk suatu produk tertentu

4) Keandalan

Merupakan ukuran kemungkinan bahwa suatu produk tidak akan rusak atau gagal pada periode tertentu dan sifat nya tidak terlihat. Suatu produk dikatakan baik akan memiliki keandaalan sehingga dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama.

5) Gaya

Gaya yakni cara lain menambah nilai pelanggan adalah melalui gaya dan desain produk yang berbeda. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk. Gaya bisa menarik atau membosankan. Gaya sensasional bisa menarik perhatian dan menghasilkan estetika yang indah, tetapi gaya tersebut tidak benar-benar membuat kinerja produk menjadi lebih baik. Tidak seperti gaya, desain lebih dari sekedar kulit luar desain adalah jantung produk. Kotler dan Keller (2009)

6) Keadahan perbaikan

Merupakan ukuran dan kemudahan untuk memperbaiki produk ketika produk itu rusak yang ukurannya dapat dilihat melalui nilai dan waktu yang dipakai.

3.3.1.2 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2011), Variabel *dependen* sering disebut variabel output, kriteasria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia disebut variabel terikat.

Adapun variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Indikator dari variabel ini adalah:

Tabel 3.1

Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Item	Sumber
Desain Produk (X)	a. Bentuk	Bentuk Yamaha N-MAX sporty	
	b. Fitur	Fitur <i>Full Digital speedometer</i>	
	c. Mutu Kesesuaian	Mutu Yamaha N-MAX sesuai dengan keinginan konsumen	
	d. Daya tahan dan Keandalan	Wide tubeles tire menggunakan velg dan ban tubeles tapak lebar stabil saat bermanuver	

Lanjutan tabel 3.1

	e. Gaya	Gaya Jok baru dengan perpaduan tekstur kulit dan satin yang di satukan dengan modif jahitan elegan membuat tampilan motor menjadi lebih berkelas	Kotler dan Amstrong, 2008
	f. Kemudahan Perbaikan	Dealer resmi Yamaha N-MAX memberikan 4 kali service + 1 kali ganti Oli mesin (KSGI)	
Keputusan Pembelian (Y)	a. Pengenalan masalah	Desain Yamaha N-MAX yang dan menarik	Kotler dan Keller, 2009
	b. Pencarian informasi	Informasi tentang sepeda motor Yamaha N-MAX mudah didapat	
	c. Evaluasi berbagai alternatif merek	Melakukan keputusan pembelian setelah mendapatkan informasi tentang sepeda motor Yamaha N-MAX	
	d. Keputusan membeli	Penawaran khusus yang menjadi alasan melakukan keputusan pembelian	
	e. Perilaku pasca pembelian	Merasa puas setelah melakukan pembelian	

1) Pengenalan masalah

Proses membeli dengan pengenalan masalah atau kebutuhan pembelinya dari suatu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan

keadaan yang di inginkannya, kebutuhan itu dapat di gerakan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar.

2) Pencarian informasi

Konsumen mungkin tidak berusaha secara aktif dalam mencari informasi sehubungan dengan kebutuhannya. Seberapa jauh orang tersebut mencari informasi tergantung pada kuat lemahnya dorongan kebutuhan. Banyak informasi yang dimiliki kemudahan memperoleh informasi, tambah dan kepuasan yang diperoleh dari kegiatan mencari informasi meningkatkan konsumen bergerak dari keputusan situasi pemecahan masalah yang terbatas kepemecahaan masalah yang maksimal.

3) Evaluasi berbagai alternatif merek

Yang didapat dari calon pembeli di gunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternative alternative yang di hadapinya serta daya tarik masing masing alternatif. Produsen harus berusaha memahami cara konsumen mengenal informasi yang di perolehnya dan sampai pada sikap tertentu mengenai produk merek dan keputusan untuk pembeli.

4) Keputusan pembelian

Produsen harus memahami bahwa konsumen mempunyai cara sendiri dalam menangani informasi yang di perolehnya dengan membatasi alternatif-alternatif yang harus dipilih atau dievaluasi untuk menentukan produk mana yang akan dibeli.

5) Perilaku pasca pembelian

Apabila barang yang tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka pembeli akan merubah sikapnya terhadap merek barang tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkin akan menolak dari daftar pilihan. Sebaliknya bila konsumen mendapat kepuasan dari barang yang dibelinya maka keinginan untuk membeli terhadap merek barang tersebut cenderung untuk menjadi lebih kuat.

3.3.2 Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah Skala Likert. Variabel di dalam kuesioner ini menggunakan skala *likert*, yaitu dengan menjabarkan variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel. Jawaban setiap instrumen mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif. Gradasi yang digunakan adalah :

Tabel 3.2
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono (2011)

3.4 Penentuan Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2011) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha N-MAX di wilayah Kabupaten Jombang.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti, dipandang sebagai suatu pendugaan terhadap populasi namun bukan populasi itu sendiri. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diamati. Ferdinand (2006) mengatakan bahwa sampel adalah subset dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling*, sampel dipilih secara subjektif dan dalam pemilihan sampel digunakan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian yang dikembangkan.

Menurut Guilford (1987) dalam Alimunir (2003), menyebutkan persyaratan minimal untuk sampel adalah hanya 30 responden, namun semakin besar sampel akan memberikan hasil yang lebih akurat, maka pada penelitian ini peneliti menetapkan jumlah sampel yang akan

digunakan sebanyak 100 responden, karena diharapkan penelitian ini akan mendapatkan hasil yang lebih akurat.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi, itu, (Sugiyono, 2011 : 81). Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Menurut Wibisono dalam Riduwan dan Akdon (2013), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

Z_{α} : Nilai yang didapat dari table normalitas tingkat keyakinan

e : Kesalahan penarikan sampel

Tingkat Keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai $Z_{0.05}$ adalah 1,96 , dan standart deviasi (α) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%/0,05 maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,96 / 0,25)^2}{0,05} \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel adalah sebesar 97 orang, yang dibulatkan menjadi 100 Orang.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang pengambilan objeknya sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dengan menggunakan berbagai cara (Fuad Mas'ud, 2004).

3.5 Jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data

3.5.1 Jenis dan sumber data

1. Data Primer

Data primer merupakan data asli atau data mentah yang langsung diperoleh penulis dari sumber data (Sugiyono, 2011) selama melakukan penelitian di lapangan (*field research*). Dalam hal ini, penelitian terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-NAX di wilayah Kabupaten Jombang sebagai objek penelitian dan responden.

2. Data sekunder

Berupa pengumpulan data yang didapat dari penelitian terdahulu, refrensi dan studi kepustakaan.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner/Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011). Data ini diperoleh dari kuesiner yang diedarkan ke 100 responden yang bersangkutan yang berisi tanggapan responden yang berhubungan dengan keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-NAX di Jombang.

2. Wawancara

Metode wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila penelitian ini melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2011) wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung kepada informan atau pihak yang berkompeten dalam suatu permasalahan.

3. Studi dokumentasi

Mengumpulkan dan mempelajari data dari buku-buku, tulisan ilmiah, majalah dan internet yang memiliki relevansi dengan penelitian.

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan tingkat kemampuan suatu instrument untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang

dilahirkan dengan instrument tersebut. (Hadi, 2002). Untuk menguji validitas digunakan uji Korelasi Product Moment dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1 Jika nilai r hitung $>$ nilai koefisien (0,30), maka dapat dikatakan bahwa indikator adalah valid
- 2 Jika nilai r hitung $<$ nilai koefisien (0,30), maka dapat dikatakan bahwa indikator tidak valid. (Sugiyono, 2011)

Adapun uji coba validitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji validitas instrumen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 3.3
Uji validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	Nilai koefisien	Keterangan
Desain produk (X)	X1.1	718	0,30	Valid
	X1.2	594	0.30	Valid
	X1.3	643	0.30	Valid
	X1.4	814	0,30	Valid
	X1.5	733	0.30	Valid
	X1.6	771	0,30	Valid
Keutusan pembelian (Y)	Y1.1	554	0.30	Valid
	Y1.2	604	0,30	Valid
	Y1.3	637	0.30	Valid
	Y1.4	589	0.30	Valid
	Y1.5	771	0,30	Valid

Berdasarkan tabel 3.3 maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang terdapat pada variabel desain produk dan keputusan pembelian di peroleh r hitung lebih besar dari nilai koefisien, hal ini berarti semua variabel adalah valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauhmana suatu instrument dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Uji Alpha Cronbach dengan criteria hasil pengujian sebagai berikut :

- 1 Jika nilai Alpha Cronbach hasil perhitungan $> 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian adalah reliable
- 2 Jika nilai Alpha Cronbach hasil perhitungan $< 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian tidak reliable.

Adapun uji coba realibilitas dengan sampel 30 responden dengan hasil uji realibilitas instrumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4
Uji realibilitas

Variabel	Alpha Crooncbach	Kriteria	Keterangan
X	804	Alpha Croncbach $>0,6$ maka reliabel	Reliabel
Y	614		Reliaabel

Berdasarkan tabel 3.4 menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6

3.7 Teknik Analisis data

Teknik pengolahan data menggunakan perhitungan komputasi program SPSS (*Statistical program for Social Science*) yaitu suatu program komputer statistik yang mampu memproses data statistik secara tepat dan cepat, menjadi berbagai output yang dikehendaki para pengambil

keputusan. Analisis data adalah pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan rumus atau dengan aturan-aturan yang ada sesuai dengan pendekatan penelitian (Arikunto, 2006: 239). Analisis data dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis dalam rangka penarikan simpulan. Pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.7.1 Analisa Deskriptif

Dalam melakukan analisa data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif. Sugiyono (2012:17) analisis deskriptif adalah analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Metode analisis deskriptif presentase digunakan untuk mengkaji variabel-variabel yang ada dalam penelitian yaitu pelatihan kerja, motivasi kerja dan kinerja karyawan. Dalam metode ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Skor tertinggi: 5

Skor terendah: 1

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

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

1,0-1,8	= sangat buruk
1,9-2,6	=buruk
2,7-3,4	=cukup
3,5-4,2	=baik
4,3-5,0	=sangat baik

3.7.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Mengacu pada tujuan dan hipotesis penelitian, model analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Penggunaan analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu antar desain produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y), dengan menggunakan persamaan regresi linier sederhana dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y : Keputusan pembelian

B : koefisien regres b

X : desain produk

a : koefisien regresi a

b : Koefisien regresi b (Idrus:178)

Dalam melakukan analisis regresi linier sederhana penulis menggunakan bantuan SPSS.

3.8 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t (ttest) untuk melihat sejauhmana pengaruh (positif/negatif) variabel bebas (X= Desain produk) terhadap variabel terikat (Y= Keputusan Pembelian)

Pengujian hipotesis dapat dinyatakan sebagai berikut :

- $H_0: \rho = 0$, berarti variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)
- $H_1: \rho \neq 0$, berarti variabel bebas (X) berpengaruh negatif terhadap variabel terikat (Y)

Jika:

$t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima, variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

$t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_1 diterima, variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat