

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini berbentuk penelitian deskriptif kuantitatif. Kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada sifat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yang memiliki tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan digeneralisasikan (Sugiyono, 2011).

Jenis penelitian yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanasi (*explanatory research*). Penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Singarimbun & Effendi, 2008). Dengan menggunakan skala pengukuran likert, metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, angket, serta dokumentasi. Analisis data menggunakan metode statistik regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu responden diberi beberapa pertanyaan dalam bentuk angket, dengan demikian sumber datanya adalah datanya adalah data primer yaitu diambil langsung dari sampel dan dikumpulkan secara langsung.

3.2 Lokasi dan Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Yamaha Indo Perkasa III Mojoagung, Jombang. Obyek penelitian ini adalah kualitas produk dan desain produk sebagai variabel *independen*, serta keputusan pembelian sebagai variabel *dependen*.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran variabel

3.3.1 Definisi Operasional

Penelitian ini melibatkan dua variabel di mana terdapat dua variabel bebas yaitu kualitas produk (X1) dan desain produk (X2), serta satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Variabel tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

1. Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah keputusan seseorang atau pembeli dalam memilih dua pilihan alternatif atau lebih dalam kegiatan pembelian suatu barang.

Menurut Kotler (2011) indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah

Proses membeli dengan pengenalan masalah atau kebutuhan pembelinya dari suatu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya, kebutuhan itu dapat di gerakan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar.

2. Pencarian informasi

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 ke pemecahan masalah yang maksimal.

3. Evaluasi berbagai alternatif merek

Produsen harus berusaha memahami cara konsumen mengenal informasi yang diperolehnya dan sampai pada sikap tertentu mengenai produk merek dan keputusan untuk pembeli.

4. Keputusan pembelian

Keputusan konsumen dalam menentukan pilihan setelah melalui tahap-tahap sebelumnya. Kemudian konsumen akan membeli produk yang menurutnya dapat memenuhi kebutuhannya.

2. Kualitas produk (X1)

Mengacu pada Kotler dan Armstrong (2008) kualitas produk adalah suatu produk yang memiliki nilai yang dapat membuat memuaskan konsumen baik secara fisik atau psikologis.

Indikator kualitas produk menurut Tjiptono & Chandra (2012) sebagai berikut :

1. Kinerja

Adalah tingkatan dimana produk mampu memberikan atau menjalankan sesuai dengan fungsinya.

2. Keistimewaan tambahan

Merupakan karakteristik pendukung dalam suatu produk.

3. Kesesuaian dengan spesifikasi

Merupakan tolak ukur operasional produk dalam standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

4. Kehandalan

Merupakan tolak ukur ketahanan atau penilaian kerusakan terhadap produk tersebut.

5. Daya tahan

Merupakan dimensi yang mencakup umur teknis dan umur ekonomis dari produk yang berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.

6. Kemudahan dalam perbaikan

Meliputi kecepatan, kemudahan dalam perbaikan, dan penanganan keluhan yang memuaskan.

7. Estetika

Estetika merupakan daya tarik yang dipancarkan oleh suatu produk terhadap panca indra.

8. Kualitas yang dipersepsikan

Merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk.

3. Desain produk

Mengacu pada Kotler dan Keller (2015) desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi produk yang dapat terlihat, terasa dan fungsinya oleh konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2009:10), “Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan”.

Indikator desain produk menurut Kotler dan Keller (2015) yang sesuai dengan objek penelitian yaitu :

1) Bentuk

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

2) Fitur

Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan berbagai fitur yang melengkapi fungsi dasar mereka atau keistimewahan tambahan.

3) Mutu Kesesuaian

Merupakan tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi yang dijanjikan. Produk didesain dan dioperasikan berdasarkan karakteristik yang mendekati standar produk untuk memenuhi spesifikasi yang diminta.

4) Gaya

Gaya yakni cara lain untuk menambah nilai pelanggan adalah melalui gaya dan desain produk yang berbeda. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk.

Tabel 3.1
Instrumen penelitian

Variabel penelitian	Indikator	Item
Kualitas produk (X1)	Kinerja	Yamaha N-MAX memiliki mesin yang tangguh dengan sistem injeksi yang modern
	Keistimewaan tambahan	Fitur/aksesoris motor Yamaha N-MAX sangat disukai oleh masyarakat pengguna motor, karena aksesorisnya yang simpel dan futuristik
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Sepeda motor Yamaha jarang mengalami kerusakan yang parah, sehingga mempunyai umur ekonomis yang lama
	Kehandalan	Sepeda motor Yamaha N-MAX memiliki mesin yang tangguh, sehingga mampu menempuh perjalanan jauh
	Daya tahan	Sepeda Motor Yamaha N-MAX memiliki daya tahan yang lama
	Kemudahan dalam perbaikan	Kemudahan dalam mencari suku cadang (<i>sparepart</i>) Yamaha N-MAX di dealer-dealer Yamaha
	Estetika	<i>Body</i> motor Yamaha N-MAX sangat nyaman dengan bentuk yang <i>sporty</i>
	Kualitas yang dipersepsikan	Kualitas produk Yamaha N-MAX sangat meyakinkan sesuai dengan reputasi Yamaha yaitu Yamaha SEMAKIN DI DEPAN

Desain produk (X2)	Bentuk	Bentuk Yamaha N-MAX <i>sporty</i>
	Fitur	Memiliki lampu LED yang lebih terang
	Mutu Kesesuaian	Memiliki mesin <i>Blue Core</i> yang efisien, bertenaga, hadal, sehingga sesuai dengan keinginan konsumen.
	Gaya	Gaya Jok baru dengan perpaduan tekstur kulit dan satin yang di satukan dengan modif jahitan elegan membuat tampilan motor menjadi lebih berkelas
Keputusan pembelian (Y)	Pengenalan masalah	Yamaha N-MAX memiliki kualitas yang baik.
	Pencarian informasi	Informasi tentang Yamaha N-MAX mudah didapat
	Evaluasi berbagai alternatif merek	Melakukan keputusan pembelian setelah mendapatkan informasi tentang Yamaha N-MAX.
	Keputusan membeli	Desain N-MAX yang menjadi alasan melakukan keputusan pembelian

3.3.2 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah Skala *Likert*. Variabel di dalam angket 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)

Pada penelitian ini responden diharapkan 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 total inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala *likert*.

3.4 Penentuan Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

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 (Sugiyono, 2011)

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Yamaha N-MAX di *dealer* Indo Perkasa III Mojoagung Jombang.

3.4.2 Sampel

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Dalam penelitian multivariate penentuan jumlah minimal sampel dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2014) :

$$\begin{aligned} N &= (25 \times \text{variabel independen}) \\ &= (25 \times 2 \text{ variabel independen}) \\ &= 50 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut ditemukan 50 responden sebagai sampel penelitian.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, *probability sampling* yaitu cara pengambilan secara acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut (Sugiyono, 2011)

3.5 Jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data

3.5.1 Sumber data

1. Data Primer

Data primer merupakan data asli atau data mentah yang langsung diperoleh penulis dari sumber data selama melakukan penelitian di lapangan (Sugiyono, 2011). Dalam hal ini, peneliti menyebar angket penelitian terkait kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Yamaha N-MAX di Dealer

Indo Perkasa III Mojoagung Jombang sebagai objek penelitian dan responden.

2. Data sekunder

Berupa pengumpulan data yang didapat dari penelitian terdahulu, refrensi dan studi kepustakaan, adapun data pendukung adalah dokumen dari objek penelitian yaitu data penjualan, data karyawan, sejarah perusahaan.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

1. Angket

Data ini diperoleh dari angket yang diedarkan ke 50 responden yang bersangkutan yang berisi tanggapan responden yang berhubungan dengan kualitas produk, desain produk dan keputusan pembelian Yamaha N-MAX di Dealer Indo Perkasa III.

2. Dokumentasi

Mengumpulkan dan mempelajari data dari buku-buku, tulisan ilmiah, majalah dan internet yang memiliki relevansi dengan penelitian serta dokumen pendukung yaitu data penjualan dan sejarah perusahaan.

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

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

(Sugiyono, 2011). Berikut untuk menguji validitas digunakan uji *Korelasi Product Moment* dengan kriteria pengujian s:

1. Jika nilai r hitung $>$ nilai koefesien (0.30), maka dapat diartikan indikator tersebut adalah valid
2. Jika nilai r hitung $<$ nilai koefesien (0.30), maka dapat diartikan indikator tersebut tidak valid (Sugiyono, 2011)

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

Tabel 3.3
Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	Nilai koefesien	Keterangan
Kualitas produk (X1)	X1.1	0,895	0,30	Valid
	X1.2	0,830	0,30	Valid
	X1.3	0,705	0,30	Valid
	X1.4	0,900	0,30	Valid
	X1.5	0,756	0,30	Valid
	X1.6	0,760	0,30	Valid
	X1.7	0,769	0,30	Valid
	X1.8	0,736	0,30	Valid
Desain Produk (X2)	X2.1	0,857	0,30	Valid
	X2.2	0,778	0,30	Valid
	X2.3	0,910	0,30	Valid
	X2,4	0,901	0,30	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,697	0,30	Valid
	Y1.2	0,762	0,30	Valid
	Y1.3	0,837	0,30	Valid
	Y1.4	0,795	0,30	Valid

Berdasarkan tabel 3.3 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang terdapat pada variabel kualitas produk, desain produk dan keputusan pembelian diperoleh dari r hitung lebih besar dari nilai koefesien, 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 kriteria hasil pengujian antara lain:

1. Jika nilai *Alpha Cronbach* $> 0,6$ maka dapat diartikan bahwa variabel penelitian reliabel.
2. Jika nilai *Alpha Cronbach* $< 0,6$ maka dapat diartikan bahwa variabel penelitian tidak reliabel (Ghozali, 2012).

Adapun uji coba realibilitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji realibilitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.4
Uji Realibilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
X1	0,788	Alpha Cronbach > 0,6 maka reliable	Reliabel
X2	0,831		Reliabel
Y	0,807		Reliabel

Berdasarkan tabel 3.4 diatas 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 Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang dilakukan untuk menganalisis asumsi-asumsi dasar yang seharusnya dipenuhi dalam penggunaan regresi. Berikut

asumsi-asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini meliputi (Ghozali, 2012).

1. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal ataukah tidak.. Pengujian normalitas data dilakukan dengan kriteria berikut :

- a) Data menyebar dan mengikuti arah garis diagonal, maka data tersebut memenuhi asumsi normalitas.
- b) Data menyebar jauh dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka data tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2012).

2. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan menganalisis nilai Tolerance dan *Variance Influence Factor* (VIF) dengan kriteria berikut:

- a) Jika nilai $VIF > 10$ dan $Tolerance < 0,1$ maka dapat ini berarti dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas.
- b) Jika nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$ maka ini berarti dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas (Ghozali, 2012).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Untuk menganalisis terjadinya masalah heteroskedastisitas, dilakukan dengan menganalisis Grafik Scatter Plot dengan kriteria berikut ini :

- a) Jika sebaran titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan sebarannya berada di bawah dan diatas titik nol sumbu Y maka dapat diartikan bahwa data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas
- b) Jika sebaran titik-titik membentuk pola tertentu dan sebarannya hanya berada di bawah dan diatas titik nol sumbu Y maka dapat diartikan bahwa data tersebut terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2012).

4. Uji Autokorelasi

Merupakan korelasi yang pada tempat yang berdekatan datanya yaitu *cross sectional*. Cara mengetahui ada tidaknya gejala autokorelasi yaitu dengan menggunakan nilai DW (*Durbin Watson*) dengan kriteria pengambilan jika hasil nilai DW diantara 1,5 – 2,5 maka tidak terjadi gejala autokorelasi (Ghozali, 2012).

3.7 Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif presentase digunakan untuk mengkaji dan menganalisa variabel-variabel yang ada dalam penelitian (pelatihan kerja non fisik, desain produk dan keputusan pembelian) (Sugiyono, 2011).

Dalam metode rumus yang digunakan menurut Sudjana yaitu:

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

Skor tertinggi : 5

Skor terendah : 1

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

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor menurut Sudjana antara lain :

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 (Sudjana, 2008)

3.8 Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda yaitu analisis regresi yang menjelaskan hubungan variabel bebas antar dengan variabel terikat (Sugiyono, 2011).

Berikut ini persamaan regresi linier berganda:

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

Y = Keputusan pembelian

A = Konstanta

X1 = Kualitas produk

X2 = Desain produk

b1, b2 = Parameter koefisien regresi variabel bebas

e = Variabel kesalahan

3.9 Hepotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel bebas/*independen* dan variabel terikat/*dependen* secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi-variasi terikat (Ferdinand, 2014). Pengujian hipotesis dapat dinyatakan yaitu:

- a) Nilai sig hitung $>$ nilai *alpha* (0,05), maka H0 diterima, variabel bebas/*independen* tidak berpengaruh terhadap variabel terikat/*dependen*.
- b) Nilai sig hitung $<$ nilai *alpha* (0,05), maka H0 ditolak, variabel bebas/*independen* berpengaruh terhadap variabel terikat/*dependen* (Sugiyono, 2011)

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted R²* negatif, maka nilai *adjusted R²* dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$ ini berarti variabel bebas memiliki pengaruh dengan variabel terikat (Ghozali, 2012).