

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dimana data yang dinyatakan dalam angka dan di analisis dengan teknik statistik. Analisis kuantitatif menurut Sugiyono (2010:13) adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian adalah ilmu yang mempelajari cara atau teknik yang mengarahkan peneliti secara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam hal ini penelitian ini menggunakan metode asosiatif yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel yang dihubungkan. Metode *asosiatif* merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara satu *variabel independen* (variabel bebas) yaitu kualitas produk (X1), Persepsi Harga (X2) dan Citra Merek (X3) dengan *variabel dependen* (variabel terikat) yaitu keputusan pembelian(Y).

3.2 Sumber Data

Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut Data Mentah. Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder yaitu:

3.2.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2010:129) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer di dapat melalui responden, pengamatan serta pencatatan langsung tentang keadaan yang ada di lapangan. Data yang

digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden mengenai kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor New Yamaha NMAX di Bandar Lampung.

3.2.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2010:129) data sekunder adalah sumber yang tidak memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder umumnya berupa bukti atau catatan secara historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Data sekunder umumnya disusun dari suatu organisasi yang bersangkutan. Data sekunder antara lain dapat berupa buku atau berbagai bentuk terbitan secara periodik yang diterbitkan oleh organisasi atau instansi tertentu. Data yang di dapat berupa data menggunakan sepeda motor New Yamaha NMAX di Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2010:135) kuisisioner yaitu metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden menggunakan sepeda motor New Yamaha NMAX di Bandar Lampung.

Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah ordinal. Bagian lain dari data kontinum adalah data ordinal. Data ini, selain memiliki nama (atribut), juga memiliki peringkat atau urutan. Angka yang diberikan mengandung tingkatan. Ia digunakan untuk mengurutkan objek dari yang paling rendah sampai yang paling tinggi, atau sebaliknya. Dalam skala likert, kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner pilihan ganda dimana setiap item soal tersebut disediakan 5 jawaban. Jawaban yang mendukung

pertanyaan diberi skor yang tinggi sedangkan jawaban yang kurang mendukung diberi skor rendah.

Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu :

- | | | |
|--------|-----------------------|--------|
| 1. SS | = Sangat Setuju | skor 5 |
| 2. S | = Setuju | skor 4 |
| 3. R | = Ragu- ragu | skor 3 |
| 4. TS | = Tidak Setuju | skor 2 |
| 5. STS | = Sangat Tidak Setuju | skor 1 |

3.3.2 Dokumentasi

Dokumentasi, yaitu dengan membaca buku atau literatur atau karya ilmiah lainnya dan sumber data lain yang berasal dari media elektronik seperti internet, yang mempunyai hubungan dengan penulisan penelitian tentang sepeda motor New Yamaha NMAX di Bandar Lampung.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010:72) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah 313 pengguna sepeda motor New Yamaha NMAX di Bandar Lampung pada tahun 2016. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia, jenis kelamin, dan pekerjaan (*Sumber : PT. Lautan Teduh Sentral Yamaha Bandar Lampung, 2016*)

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2010:81). Dari populasi yang telah ditentukan diatas, maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar dalam artian sampel tersebut harus representative atau mewakili dari populasi

tersebut. Jadi sample merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.). Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pengguna sepeda motor New Yamaha NMAX di Bandar Lampung.

Menurut (Sugiyono 2010:73) Menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dengan meneliti sebagian dari populasi, penelitian mengharapkan bahwa hasil yang didapat menggambarkan sifat dari populasi yang diteliti. Penelitian ini menggunakan Metode Non Propability yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel, serta teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik Purposive sampling, Teknik penentuan sampel *berdasarkan kriteria- kriteria tertentu*, Target penelitian ini adalah pembeli dan pengguna sepeda motor New Yamaha NMAX di Bandar Lampung. Elemen populasi yang dipilih sebagai sampel dengan kriteria sebagai berikut :

1. Konsumen yang menggunakan sepeda motor Yamaha Nmax
2. Konsumen yang berada di Bandar Lampung
3. Usia kurang dari 20 tahun – diatas 65 tahun

Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin, dengan batasan kesalahan 10%. Rumus untuk menghitung ukuran sampel adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas Toleransi kesalahan

Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel yang harus diambil, adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$= \frac{313}{1 + 313 (0,1)^2}$$

$$= \frac{313}{4,13}$$

=78,25 orang. Untuk memperakurat data penelitian ini, sampel diubah ditambah menjadi 80 respondent .

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2010 : 131).

3.5.1 Variabel Independen

Variabel (X) atau Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Citra Merek (X3).

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel (Y) dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini terhadap Keputusan Pembelian.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti sebagai berikut:

Variabel	Konsep Variable	Konsep Oprasional	Indikator
<i>Kualitas Produk (X1)</i>	Kotler dan Armstrong (2008:272) kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung	Totalitas fitur dan karakteristik produk sepeda motor Yamaha NMAX untuk	1. Performance / Kinerja 2. <i>Durability</i> Daya tahan 3. Keandalan

	pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.	memuaskan kebutuhan pelanggan	produk 4. Desain produk
<i>Persepsi Harga (X3)</i>	Menurut Peter dan Olson dalam Lily Harjati dan Yurike Venesia (2015:67) " <i>Price perception concern how price information is comprehended by consumers and made meaningful to them.</i> " Artinya bahwa bagaimana informasi harga dapat dipahami oleh pelanggan dan membuat berarti bagi pelanggan	Angapan mengenai harga pada suatu produk sepeda motor Yamaha NMAX	1. Persepsi harga terhadap kualitas 2. Pajak 3. Garansi 4. Biaya yang dikeluarkan 5. Kewajaran harga
<i>Citra Merek (X3)</i>	Citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen. Etta Mamang sangadji & Sopiah (2013, p.320).	Citra Merek yang dimiliki oleh sepeda motor Yamaha NMAX	<ul style="list-style-type: none"> • Kekuatan (<i>strengths</i>) • Keunikan (<i>uniqueness</i>) • Keunggulan (<i>Favourable</i>) mudah diingat oleh pelanggan
<i>Keputusan Pembelian (Y)</i>	Menurut Philip Kotler (2008:202) "Keputusan pembelian merupakan suatu penentuan apa yang akan dibeli atau tidaknya oleh konsumen."	Keputusan pembelian oleh konsumen dalam menentukan apa yang akan dibeli atau tidaknya oleh konsumen	1. Pemilihan produk/jasa 2. Pemilihan merek 3. Pemilihan waktu 4. Pilihan metode/cara pembayaran

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010:109) Instrumen dikatakan valid apabila instrument tersebut bisa mengukur apa yang hendak diukur. Dalam

pengujian validitas, instrument diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Instrument dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi \geq dari 95% atau $\alpha = 0,05$. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *korelasi produk moment* dengan kriteria sebagai berikut:

Prosedur pengujian :

1. H_0 : data valid
 H_a : data tidak valid
2. H_0 : Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument valid
 H_a : Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument tidak valid
3. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).
4. Penjelsan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} maka dapat disimpulkan instrument tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Formula Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan program SPSS 21.0.

Tabel 3.2

Interprestasi Nilai R

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang / Cukup

0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2010:183)

Prosedur pengujian :

1. Ho : data reliable
Ha : data tidak reliable
2. Ho : Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument reliable
Ha : Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument tidak valid
3. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).
4. Penjelsan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) r_{tabel} dengan maka dapat disimpulkan instrument tersebut dinyatakan reliable atau sebaliknya.

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model dalam regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Prosedur pengujian :

1. Rumusan Hipotesis :
 - a. Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal
 - b. H1 : Data Berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.
2. Kriteria Pengambilan Keputusan :
 - a. Apabila Sig < Alpha 0,05 Maka Ho Ditolak (distribusi sampel tidak normal)
 - b. Apabila Sig > Alpha 0,05 Maka Ho Diterima (Distribusi sampel normal)

3.8.2 Uji homogenitas

Uji homogenitas sampel dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variansi yang sama. Pada analisis regresi, persyaratan analisis yang dibutuhkan adalah bahwa galat regresi untuk setiap pengelompokan berdasarkan variabel terikatnya memiliki variansi yang sama.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membuat hipotesis
 - a. H_a : data bervariasi homogen
 - b. H_o : data bervariasi tidak homogen
2. Menentukan nilai probabilitas (*sig*) pada nilai α sebesar 0,05 (5%)
3. Menentukan nilai probabilitas (*sig*) pada nilai α sebesar 0,05 (5%)
4. Menentukan kesimpulan dengan membandingkan probabilitas dan hipotesis.

3.8.3 Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat, atau kubik. Dengan uji linieritas akan di peroleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat atau kubik ada beberapa uji linieritas yang dapat dilakukan salah satunya dengan *compare means*. Uji linieritas pada penelitian ini penulis menggunakan program SPSS 20.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Rumusan Hipotesis:
 - H_o : model regresi berbentuk linier
 - H_a : model regresi tidak berbentuk linier
2. Kriteria pengambilan keputusan
 - Jika probabilitas (*Sig*) < 0,05 (*Alpha*) maka H_o ditolak
 - Jika probabilitas (*Sig*) > 0,05 (*Alpha*) maka H_o diterima

3.8.4 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu kondisi di mana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan model regresi linier. Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas dan untuk mendeteksi apakah suatu model mengalami gejala multikolinieritas dapat dilihat pada :

1. Nilai R-Square semakin membesar.
2. Terjadi perubahan yang berarti pada koefisien model regresi.
3. Jika model regresi yang baik hasil perhitungan menghasilkan nilai $VIF < 10$ dan bila menghasilkan nilai $VIF > 10$ berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius di dalam model regresi.
4. Jika nilai *tolerance* yang dihasilkan mendekati 1 , maka model terbebas dari gejala multikolinieritas, sedangkan semakin menjauh 1, maka model tidak terjadi/ bebas gejala multikolinieritas.

3.9 Metode Analisis Data

Sugiyono (2010:142) menyatakan bahwa: Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variable dan respon, mentabulasi data berdasarkan variable dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variable sebagai indikatornya adalah Kualitas Produk (X1), Presepsi Harga (X2) dan Citra Merek (X3) yang mempengaruhi variable lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 21.0. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :\

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e_t$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Kualitas Produk

X2 = Presepsi Harga

X3 = Citra Merek

A = konstanta

e_t = error term

b_1, b_2 = Koefesien regresi

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t :

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1), Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 :Kualitas Produk (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pengguna sepeda motor New Yamaha NMAX 150 di Bandar Lampung.

H_a :Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pengguna sepeda motor New Yamaha NMAX 150 di Bandar Lampung.

2. Pengaruh Presepsi Harga (X2), Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 : Presepsi Harga (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pengguna sepeda motor New Yamaha NMAX 150 di Bandar Lampung.

Ha : Presepsi Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pengguna sepeda motor New Yamaha NMAX 150 di Bandar Lampung.

3. Pengaruh Citra Merek (X3), Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ho : Citra Merek (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pengguna sepeda motor New Yamaha NMAX 150 di Bandar Lampung.

Ha : Citra Merek (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pengguna sepeda motor New Yamaha NMAX 150 di Bandar Lampung

3.10.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Ho : *Kualitas Produk (X1), Presepsi Harga (X2), dan Citra Merek (X3)* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan Pembelian (Y)* pengguna sepeda motor New Yamaha NMAX di Bandar Lampung.

Ha : *Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Citra Merek (X3)* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan Pembelian (Y)* pengguna sepeda motor New Yamaha NMAX di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima

Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Ho diterimadan Ho ditolak

2. Menentukan nilai titik kritis untuk F Tabel pada $db_1=k$ dan $db_2 = n-k-1$
3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:
Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima
4. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.