

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2016, h.8) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian menurut Sugiyono (2016, h.2) adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, serta penelitian harus memenuhi tiga syarat keilmuan yaitu *rasional*, *empiris*, dan *sistematis*. Dalam hal ini penelitian 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 citra merek (X1) persepsi kualitas produk (X2) dengan *variabel dependen* (variabel terikat) yaitu keputusan pembelian (Y).

3.2 Sumber Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber data, antara lain sumber primer dan sumber sekunder.

3.2.1.Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden, yaitu para pembeli sepeda motor TVS di Bandar Lampung.

3.2.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang umumnya berupa bukti atau catatan secara historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan.

Data Sekunder adalah merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain bukan oleh penelitian sendiri untuk tujuan yang lain artinya data yang diperoleh dari pihak kedua. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data penjualan sepeda motor TVS di Bandar Lampung yang di peroleh dari pihak TVS Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data yaitu :

3.3.1 Penelitian Kepustakaan (*Lybrary Research*)

Teknik ini dilakukan dengan mengkaji berbagai teori dan bahasan yang relevan dengan penyusunan data yang bersumber dari berbagai referensi seperti literatur, arsip, dokumentasi, dan data lain yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

3.3.2 Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara :

- a. 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 citra merek dan persepsi kualitas pada TVS di Bandar Lampung.
- b. Kuesioner, menurut Sugiyono (2016, h.142) yaitu metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden pengguna sepeda motor TVS di Bandar Lampung.

- c. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah likert. Pengukuran untuk variabel independent dan dependent menggunakan teknik scoring untuk memberikan nilai pada setiap alternatif jawaban sehingga data dapat dihitung.

Tabel 3.1 Instrument Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2016:94)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016, h.80) 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. Maka populasi dalam penelitian ini adalah pembeli sepeda motor TVS di Bandar Lampung pada tahun 2016 yang berjumlah 149 orang, yang telah mengetahui citra merek dan kualitas produk sepeda motor TVS di Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016, h.81) 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. Pengambilan sampel dipakai dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*

merupakan metode yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik yang digunakan *purposive sampling* artinya teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan kriteria-kriteria tertentu, dimana kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian sepeda motor TVS.

Agar diperoleh jumlah sampel yang diperoleh representative, peneliti menggunakan Rumus *slovin* menurut Suliyanto (2005) yaitu sebagai berikut:

Rumus :

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan (error tolerance) 10%.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah pembeli sepeda motor TVS di Kota Bandar Lampung pada tahun 2016 yaitu sebanyak 149 orang. Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel yang harus diambil adalah sebesar:

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

$$= \frac{149}{1 + 149 (0,1)^2}$$

$$= \frac{149}{2,49}$$

= 59, 83 dibulatkan menjadi 60 ditingkatkan menjadi 100.

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 100 sampel.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016, h.38). Variabel penelitian terdiri atas dua macam, yaitu : variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel yang tergantung pada variabel lainnya, dan variabel bebas (*independent variable*) atau variabel yang tidak bergantung pada variabel lainnya.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), (Sugiyono, 2016, h.39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Citra merek (X_1) dan persepsi kualitas (X_2)

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, (Sugiyono, 2016, h.39). Variabel independen adalah : keputusan pembelian (Y)

3.6 Definisi Oprasional Variabel

Definisi operasional variable bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang di teliti. Unsur peneliti yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel, dengan kata lain, definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu varibel.

Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi :

Tabel 3.2 Definisi Konsep dan Operasional Variabel

Variabel	Devinisi Variabel	Devinisi Oprasional	Indikator	Skala
Citra Merek (X1)	Citra merek menurut Kotler dan Keller (2009) adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen. seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen, yang selalu di ingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam di benak konsumennya.	citra merek adalah sejumlah kepercayaan dan keyakinan yang di pegang oleh konsumen yang berkaitan dengan merek TVS.	1.Atribut 2.Manfaat: fungsional, simbolis dan pengalaman 3.Evaluasi	Ordinal
Persepsi Kualitas (X2)	Persepsi kualitas menurut Kotler dan Keller (2009) adalah proses dimana kita memilih, mengatur dan menerjemahkan masukkan informasi untuk menciptakan gambaran produk yang berarti.	Persepsi adalah proses pemikiran konsumen terhadap produk TVS yang memberikan penilaian terhadap kualitas sepeda motor TVS	1. Berkualitas tinggi 2. Tahan lama 3. Memiliki reputasi baik 4. Merek bergengsi	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Tjiptono (2008) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya mencari informasi mengenai produk atau merek	keputusan pembelian merupakan sikap yang diambil seseorang untuk membeli suatu produk sesuai dengan	1. Benefit association 2. Prioritas dalam membeli 3. Frekuensi pembelian	Ordinal

	tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternative tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.	kebutuhan dan keinginannya		
--	---	----------------------------	--	--

3.7 Uji Persyaratan instrumen

Dalam penelitian ini yang diukur adalah variabel X yaitu citra merek (X1) dan kualitas produk (X2). Uji persyaratan instrument penelitian menguji validitas dan reliabilitas.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016, h.267) validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Sesuatu instrument yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuisioner yang langsung diberikan kepada pengguna sepeda motor TVS di Bandar Lampung.

Uji validitas dalam penelitian ini, menggunakan *product moment* pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 17.0.

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{[(n \sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r	= Koefisien korelasi antar variabel X dan Y
n	= Jumlah Sampel
X	= Skor Variabel X
Y	= Skor Variabel Y

Kriteria uji validitas instrumen ini adalah :

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016, h.268), uji reabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan kuantitatif suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama mendapatkan data yang sama. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur data memberikan hasil relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama, fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kuesioner (angket) tersebut. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya.

Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 17.0.

Uji realibilitas menggunakan rumus *Alpha cronbach* yaitu:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan :

- r : Reabilitas instrumen
 k :Jumlah varians skor tiap item
 $\sum \sigma_i^2$:Banyaknya soal
 σ^2 :Varians total

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi:

Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Realibilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2014, h.250)

Prosedur pengujian :

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen reliabel
 Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak reliabel
2. Bila probabilitas (sig) < korelasi maka instrumen reliabel
 Bila probabilitas (sig) > korelasi maka instrumen tidak reliabel

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

Dalam analisis regresi terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi sehingga persamaan regresi yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi suatu masalah. Model regresi linier, khususnya regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi

kriteria BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Kriteria BLUE dapat dicapai bila memenuhi syarat asumsi klasik (Lupiyoadi dan Ikhsan,134:2015).

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis untuk mengetahui apakah penyebaran distribusi data normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis para metrik.

Uji normalitas pada penelitian ini penulis menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan program SPSS 17.0.

Ho : Data tidak berdistribusi normal

Ha : Data berdistribusi normal

Kriteria pengambilan keputusan :

1. Apabila Sig > 0.05 maka Ho ditolak dan Ha diterima
2. Apabila Sig < 0.05 maka Ho diterima dan Ha ditolak

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bearti variasi residual tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variasi residual harus bersifat homoskedastisitas, yaitu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat. Suatu model pengujian regresi linier berganda data yang diteliti harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini penulis menggunakan Glejser dengan menggunakan program SPSS 17.0.

Ho : Tidak terjadi heteroskedastisitas

Ha : Terjadi heteroskedastisitas

Kriteria pengambilan keputusan :

1. Apabila Sig > 0.05 maka Ho diterima dan Ha ditolak
2. Apabila Sig < 0.05 maka Ho ditolak dan Ha diterima

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linier antara variabel bebas (independen) satu dengan variabel bebas (independen) yang lainnya.

Dalam analisis regresi berganda, maka akan terdapat dua atau lebih variabel bebas atau variabel independen yang diduga akan mempengaruhi variabel tergantungnya. Dugaan tersebut akan dapat dipertanggung jawabkan apabila tidak terjadi adanya hubungan yang linier diantara variabel-variabel independen. Pengujian dilakukan melalui program SPSS 17.0.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka terdapat gejala multikolinieritas
Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak terdapat gejala multikolinieritas
2. Jika nilai $tolerance < 0,1$ maka terdapat gejala multikolinieritas
Jika nilai $tolerance > 0,1$ maka tidak terdapat gejala multikolinieritas

3.8.3 Uji Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada hubungan linier antara *error* serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (*data time series*).

Hipotesis yang akan diuji adalah :

H_0 : Tidak terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan

H_a : Terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika $d < d_l$, berarti terdapat autokorelasi positif
2. Jika $d > (4-d_u)$, berarti terdapat autokorelasi negatif
3. Jika $d_u < d < (4-d_l)$, berarti tidak terdapat autokorelasi
4. Jika $d_l < d < d_u$ atau $(4-d_u)$, berarti tidak dapat disimpulkan.

3.8.4 Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Uji linieritas pada penelitian ini penulis menggunakan *Levene statistik* dengan menggunakan program SPSS 17.0

Ho = Model regresi tidak berbentuk linear

Ha = Model regresi berbentuk linear

Adapun kriteria pengambilan keputusan yaitu :

1. Berbentuk linier jika probabilitas sig F > 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima
2. Tidak berbentuk linier jika probabilitas sig F < 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh dan meramalkan suatu variabel *dependent* (Y) berdasarkan dua atau lebih variabel *independent* (X). Menurut Lupiyoadi dan ikhsan (2015, h.157), rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Citra Merek

X₂ = Persepsi Kualitas

A = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi variabel citra merek

b₂ = Koefisien regresi variabel kualitas produk

Rumusan hipotesis :

Ho = Tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

Ha = Terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

Adapun kriteria pengambilan keputusan yaitu :

1. Jika probabilitas (sig) $>$ 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima.
2. Jika probabilitas (sig) $<$ 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak.

3.10 Uji Hipotesis Statistik

3.10.1 Uji t

1. Pengaruh citra merek (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Ho = Tidak terdapat pengaruh antara citra merek (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y).

Ha = Terdapat pengaruh antara citra merek (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y).

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.

2. Pengaruh kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Ho = Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Ha = Terdapat pengaruh antara persepsi kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.

3.10.2 Uji F

Pengaruh citra merek (X_1) dan kualitas produk (X_2) Terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh antara citra merek (X_1) dan persepsi kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_a = Terdapat pengaruh antara citra merek (X_1) dan persepsi kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak