

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pelanggan sepeda motor merek Yamaha di Indragiri Hulu.

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi (population) mengacu pada keseluruhan kelompok orang, peristiwa atau sesuatu yang menarik perhatian peneliti untuk di investigasi (Sekaran, 2006). Berdasarkan penjelasan tersebut yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan sepeda motor merek Yamaha di Indragiri Hulu

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian yang diambil dari populasi (Sekaran, 2006). Penentuan jumlah sampel menurut Sekaran (2006) yaitu yang memegang peran penting dalam estimasi dan interpretasi hasil maka ukuran sampel yang ideal dan representatif adalah jumlah variabel dikalikan dengan 20. Dengan demikian sampel minimal untuk penelitian ini yang memiliki variabel bebas dan terikat sebanyak 3, maka $3 \times 20 = 60$ orang. Jadi, jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 80 orang.

3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* yaitu sampel dipilih dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010). Dimana *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan

pertimbangan tertentu. Metode ini merupakan metode penetapan sampel dengan berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu, yaitu:

- a. Berumur 18 tahun ke atas
- b. Sudah pernah menggunakan atau membeli sepeda motor merek Yamaha di Indragiri Hulu.
- c. Berdomisili di Indragiri Hulu.
- d. Pengguna sepeda motor merek Yamaha yang merupakan penentu dalam pengambilan keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan daftar pernyataan dalam bentuk kuesioner (Angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, Sugiyono (2010).

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah kegiatan penentuan pemilihan produk/jasa oleh konsumen yang umumnya terdiri dari lima tahapan: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Kotler dan Armstrong, 2008).

Menurut Kotler dan Keller (2009) ada 5 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi

3. Evaluasi alternative
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

3.4.2 Kualitas Produk (X_1)

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.

Menurut Tjiptono (2013) ada 7 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas produk :

1. Keistimewaan (*Performance*)
2. Kelebihan (*Feature*)
3. Keandalan (*Reability*)
4. Kesesuaian (*Conformance*)
5. Daya tahan (*Durability*)
6. Daya guna (*Serviceability*)
7. Keindahan (*Aesthetic*)

3.4.3 Citra Merek (X_2)

Menurut (Kotler & Keller, 2009) “ *A brand is name, term, sign, symbol, or design, or a combination of them, intended to identify the goods or service of one seller or group of sellers and to differentiate them from those of competitor.*”

Maksudnya, merek adalah nama, istilah, tanda, symbol, atau desain atau kombinasi dari semuanya itu yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual untuk membedakannya dari produk atau barang pesaing.

Menurut Keller (2012) ada 3 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek:

1. Kekuatan Asosiasi Merek
2. Keunggulan Asosiasi Merek
3. Keunikan Asosiasi Merek

3.5 Pengukuran Instrumen

Pengukuran data dalam penelitian ini adalah angket daftar pernyataan yang disusun berdasarkan kisi-kisi dalam bentuk skala likert (Skala Lima Tingkat). Daftar pernyataan yang disusun mengikuti model skala dengan skala likert 1 sampai 5 terdiri dari : (Sugiyono, 2014)

1. Sangat Setuju diberi skor 5
2. Setuju diberi skor 4
3. Ragu-ragu diberi skor 3
4. Tidak Setuju diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju diberi skor 1

Instrument penelitian yang menggunakan skala Likert dapat dibuat dalam bentuk Checklist.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data data yang digunakan dalam peneelitan ini mencakup uji validitas dan reabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana, berganda dan bertingkat. Semua analisis data menggunakan bantuan program SPSS Versi 16.0.

3.6.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas

1. Uji Validasi

Validitas didefinisikan sebagai ukuran seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurannya. Suatu alat ukur yang valid tidak sekedar mengungkapkan data dengan tetap, akan tetapi juga harus memberikan gambaran mengenai data tersebut. Suatu tes atau instrumen pengukur dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut menjalankan fungsi atau memberikan hasil ukurannya yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran.

Satu skala pengukuran dikatakan valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang sebenarnya diukur Sekaran (2006). Untuk mengetahui apakah instrumen pertanyaan valid atau tidak valid, maka digunakan nilai corrected item to total correlation. Menurut Malhotra (1993) bila nilai corrected item to total correlation suatu butir pertanyaan berada diatas 0,30 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid, dan bila nilai corrected item to total correlation berada dibawah atau kurang dari 0,30 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid. Butir pertanyaan tidak valid akan dikeluarkan atau tidak digunakan mengukur suatu variabel penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Untuk mengetahui reliabilitas

variabel digunakan nilai cronbach alpha minimal 0,70, semakin dekat koefisien keandalan dengan 1,0 semakin baik (Sekaran 2006).

3.6.2 Analisis Deskriptif

Analisi deskriptif berguna untuk: 1) Mendeskripsikan profil responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan type motor. 2) mendeskripsikan skor rata-rata variabel penelitian. 3) mendeskripsikan Tingkat Capaian Responden (TCR).

Tabel 3.1
Kriteria Tingkat Capaian Responden
(TCR)

TCR(%)	KETERANGAN
90-100	Sangat Baik
80-89,9	Baik
65-79,9	Cukup Baik
55-64,9	Tidak Baik
0-54,9	Sangat Tidak Baik

Sumber : Arikunto (2006)

$$\text{TCR} = (\text{RATA-RATA} / 5) \times 100\%$$

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Tujuan melakukan uji asumsi klasik adalah untuk memenuhi persyaratan dalam analisis regresi linear yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk melakukan uji normalitas digunakan Uji Kolmogorov-Smirnov (KS) dimana apabila nilai signifikan variabel penelitian lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengganggu atau residual terdistribusi secara normal (Ghozali, 2011).

3.6.3.2 Uji Multikoleniaritas

Uji multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi antara sesama variabel bebas. Cara menentukan ada atau tidaknya multikoleniaritas di dalam model regresi digunakan nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Multikoleniaritas terjadi apabila nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10 (Ghozali, 2011)

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk memprediksi regresi yang digunakan cocok atau tidak. Dalam spss metode yang sering digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada *scatterplot* yang menunjukkan hubungan antara *Regression Studentised Residual* dengan *Regression Standardized Predicted Value*. Dasar pengambilan keputusan berkaitan dengan gambar tersebut adalah jika tidak terdapat pola yang jelas yaitu jika titik-titiknnya menyebar, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas (Santoso, 2001).

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menguji hipotesis adanya pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kuputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha, maka digunakan alat uji statistik yaitu regresi linear berganda yang dapat di rumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

γ = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_1, β_2	= Koefisien regresi masing-masing variabel
X1	= Kualitas Produk
X2	= Citra Merek
e	= <i>Term Error</i>

3.6.5 Uji Hipotesis

3.6.5.1 Uji R Square

R Square (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen yang dinyatakan dalam persentase. Secara umum nilai R square 0,25; 0,50 dan 0,75 yang diinterpretasikan berturut-turut lemah, sedang dan kuat (Hair *et al*, 2014).

3.6.5.2 Uji t-statistik

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu dengan asumsi jika signifikan t-hitung yang dapat dilihat dari hasil analisa regresi menunjukkan

$\alpha = 5\%$. Dengan rumus Gujarati (1997) :

$$t = \frac{\beta_n}{S\beta_n}$$

Dimana :

β_n = koefisien regresi masing – masing variabel

$S\beta_n$ = koefisien error masing – masing variabel

Kriteria Pengujian

Jika signifikan $> \alpha 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika signifikan $< \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.