BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Jalan I.R. Rais No.301, Tanjungrejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur. Alasan diambilnya lokasi tersebut dikarenakan objek dari penelitian ini adalah konsumen Motor Yamaha Fazzio yang ada di Kota Malang. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 16 sampai dengan 21 Agustus 2023. Apabila pengambilan kebutuhan data penelitian belum mencukupi, maka dilakukan penyesuaian waktu penelitian.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kuantitatif dapat diartikan metode ilmiah yang datanya berbentuk angka yang dapat diolah dan dianalisis dengan menggunakan perhitungan matematika (Sekaran, 2017). Pendekatan deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan sesuatu mengenai karakteristik pasar atau fungsi (Sekaran, 2017). Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan tanggapan responden dari hasil kuesioner mengenai kualitas produk, citra merek, harga dan keputusan pembelian pada motor Yamaha Fazzio di Kota Malang.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2017). Populasi penelitian

ini adalah seluruh konsumen motor Yamaha Fazzio yang ada di Kota Malang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih (Sekaran, 2017). Perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini dilakukan menurut pendapat Ferdinand (2014). Adapun perhitungan dari sampel ini adalah sebagai berikut.

n = (5 sampai 10) x Jumlah Indikator

Pada penelitian ini terdapat 25 indikator dan dipilih angka 5 sebagai angka pengalinya, maka sampel pada penelitian ini yaitu :

n = 5 x 25 = 125

Berdasarkan pada perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa sampel pada penelitian ini adalah sejumlah 125 konsumen yang menggunakan Motor Yamaha Fazzio yang ada di Kota Malang. Penghitungan jumlah sampel tersebut didukung oleh pendapat Fraenkel & Wallen (2012) bahwa besar sampel minimum untuk penelitian deskriptif sebanyak 100 orang.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probaility sampling*. *Non probaility sampling* adalah desain sampling dimana elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi dipilih untuk menjadi sampel (Sekaran, 2017). Sedangkan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling*. Pengambilan sampel

dalam *purposive sampling* terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya pihak yang memilikinnya, atau mereka yang memenuhi beberapa kriteria yang digunakan (Sekaran, 2017). Batasan atau kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut.

a. Pengguna dan pembeli Motor Yamaha Fazzio selama lebih dari 3 bulan;
b. Berusia diatas 18 tahun keatas karena dianggap mampu memahami dan menjawab kuisoner dengan baik tentang Motor Yamaha Fazzio; dan
c. Responden yang pernah membeli Motor Yamaha Fazzio.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda (Sekaran, 2017). Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Variabel Terikat / Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti (Sekaran, 2017). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

2. Variabel Bebas/ Variabel Independen (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mengambil variabel terikat, entah secara positif maupun secara negatif (Sekaran, 2017). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek dan harga.

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil konsumen terhadap Motor Yamaha Fazzio	a. Layanan Purna Jual b. Asuransi c. Nilai Jual Kembali (*Resale* Value) d. Keamanan Saat Berkendara e. Ulasan (*Review*) f. *Performance* dan spesifikasi g. Uji Kendara (*Test Rid*e) h. Angsuran	Anwar & Mujito (2021) Fauziah & Dekasari (2021)
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk merupakan totalitas fitur dan karakteristik Motor Yamaha Fazzio yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat	a. Kinerja (*Performance*) b. Fitur (*Feautures*) c. Keandalan (*Reliability*) d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specification*) e. Daya tahan (*Durability*) f. Kemudahan layanan (*Serviceability*) g. Estetika (*Aesthetics*) h. Kualitas yang dirasakan (*Perceived Quality*)	Garvin (1988)
Citra Merek (X2)	Citra merek merupakan sekumpulan asosiasi Motor Yamaha Fazzio yang tersimpan dalam ingatan konsumen	a. Nama Baik (*Reputation*) b. Pengenalan (*Recognition*) c. Daya Tarik (*Affinity*) d. Kesetiaan (*Loyality*)	Rangkuti (2009)
Harga (X3)	Sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh Motor Yamaha Fazzio.	a. Daftar Harga (*List Price*) b. Diskon (*Discount*) c. Potongan Harga Khusus (*Allowance*) d. Periode Pembayaran (*Payment Period*) e. Syarat-Syarat Kredit (*Credit Term*)	Kotler & Amstrong (2008)

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan membagikan kuesioner. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang berbentuk daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan dijawab oleh responden (Sekaran, 2017). Pemilihan responden dilakukan dengan secara *online* dan *offline*. Hal ini dilakukan untuk mempercepat pemenuhan kebutuhan responden. Pencarian responden secara *online* dilakukan dengan meminta data konsumen pada beberapa *dealer* yang ada di Kota Malang terkait dengan pembelian motor Yamaha Fazzio. Selanjutnya akan dikirimkan pesan *WhatsApp* yang dilengkapi *link google form* yang berkaitan dengan ketersediaan konsumen tersebut untuk melakukan pengisian kuesioner.

Pengisian secara *offline* dilakukan dengan menghentikan pengunjung yang ada di beberapa *dealer* dan ditawari kesediaannya untuk menjadi responden (sesuai dengan kriteria). Kuesioner akan diberikan pada responden berupa *hardcopy* yang berisi *barcode* kuesioner, sehingga responden diharapkan mengakses *barcode* pada saat itu juga melalui *smartphone* responden. Jika responden terburu-buru meninggalkan tempat, maka akan dilakukan pemantauan jarak jauh dan dilakukan *cross-check* paling lambat satu hari setelah pengisian. Jika responden belum melakukan pengisian sampai tenggat waktu pemantauan, maka akan digantikan dengan responden lainnya.

F. Teknik Penskalaan Data

Pemberian skor terhadap masing-masing pernyataan pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang dirancang untuk

menilai seberapa besar sikap setuju responden terhadap sebuah pernyataan (Sekaran, 2017). Dalam penelitian ini, fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Adapun skala likert yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3.2. Skala Likert

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber*:* Sekaran, 2017

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian tentang seberapa baik instrumen yang dikembangkan mengukur konsep yang ingin diukur (Sekaran, 2017). Jika r hitung > r tabel maka variabel dinyatakan valid, sebaliknya apabila r hitung < r tabel maka variabel dinyatakan tidak valid. Uji validitas dilakukan menggunakan program SPSS *(Statistical Package for Social Sciences)*.

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n\ (\sum X^2) - (\sum X)^2 (n \sum Y^2) - (\ (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah observasi/ responden

X = skor pertanyaan

Y = skor total

Penelitian ini melakukan pengujian validitas dengan menggunakan analisis *Pearson Correlation* dalam SPSS. Adapun dasar penentuan dalam uji validitas, yaitu:

b. Apabila r hitung > r tabel berarti pertanyaan tersebut dinyatakan valid
c. Apabila r hitung ≤ r tabel berarti pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan cara pengujian mengenai seberapa konsisten konsep alat ukur yang digunakan. Koefisien reliabilitas semakin mendekati 1.00 adalah semakin baik (Sekaran, 2017). Teknik yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah teknik *Cronbach's Alpha*. Jika r_{alpha} > 0.6, maka instrument tersebut dinyatakan reliabel. Perhitungan dengan menggunakan program SPSS *(Statistical Package for Social Sciences)*. Adapun rumus uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r = (\frac{k}{k-1})(1 - \frac{\Sigma\sigma b^2)}{\sigma t^2}$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrument
k = Banyaknya butir pertanyaan
$\Sigma\sigma b^2$ = Jumlah varian butir di kuadratkan

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian terjadinya penyimpangan terhadap asumsi klasik. Adapun pengujian asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini terdiri

atas beberapa pengujian yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak (Sekaran, 2017). Untuk menguji normalitas residual digunakan uji statistic non prametik *Kolmogorov-Smirnov*. Penelitian dikatakan berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0.05 (sig> 0.05).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas dalam model regresi (Sekaran, 2017). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasinya antara sesama variabel bebas lain sama dengan nol.

Penelitian ini merupakan sebuah teknik untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi yang mana dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflantion factor* (VIF), nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 menunjukkan tidak ada gejala multikolinearitas diantara variabel bebasnya (Ghozali, 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance maupun residual dari suatu

pengamatan ke pengamatan lainnya (Sekaran, 2017). Jika varian dari residual berbeda disebut heteroskedastisitas Cara untuk mengetahui dalam pengujian ini dengan menggunakan cara uji glesjer.

H. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan di pelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi pada dasarnya merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan variabel independen. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini dapat dijelaskan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

Keterangan:

Y	: Keputusan Pembelian
a	: Konstanta
b1X1 + b2X2 + b3X3	: Koefisien regresi
X1	: Kualitas Produk
X2	: Citra Merek
X3	: Harga
e	: Error

Besarnya konstanta yang akan terlihat dari dalam a dan besarnya koefisien regresi dari masing-masing variabel independen ditunjukkan dari b. Berdasarkan kriteria yang digunakan untuk melakukan analisis regresi dapat dilakukan uji asumsi klasik. Pengujian ini bertujuan untuk mendeteksi adanya penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi pada regresi linier berganda. Sebelum dilakukannya pengujian hipotesis maka akan dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu

I. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) yaitu kualitas produk, citra merek dan harga terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian. Pengujian ini dapat dilihat dari nilai probabilitasnya (Ghozali, 2018). Dengan ketentuan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan < 0.05 (α: 5%), maka variabel independent secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$$t_{hitung} = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan:

b = Koefisien regresi

Sb = Standar error atau standar deviasi

Pada uji t dikatakan bahwa jika nilai sig. < 0.05: maka H0 ditolak, dan jika nilai sig. > 0.05: maka H0 diterima. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$; maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya, variabel kualitas produk (X1), citra merek (X2) dan harga (X3) secara parsial berpengaruh terhadap

keputusan pembelian (Y). Sedangkan jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$; maka H0 diterima dan Ha ditolak artinya, variabel kualitas produk (X1), citra merek (X2) dan harga (X3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada Motor Yamaha Fazzio di Kota Malang.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas yang digunakan dalam model penelitian ini mampu menjelaskan perubahan nilai variabel tergantung atau tidak. Pengujian hipotesis untuk uji f menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathrm{F} = \frac{R^2/\mathrm{K}}{(1 - R^2)/(\mathrm{n} - \mathrm{K})}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

K = Banyak variabel independen

n = Jumlah data (sampel)

Pada uji F dikatakan bahwa jika nilai sig. <0.05: maka H0 diterima dan jika nilai sig. >0.05: maka H0 ditolak. Apabila nilai $\mathrm{F}_{hitung} > \mathrm{F}_{tabel}$; maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya, variabel kualitas produk (X1), citra merek (X2) dan harga (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Sedangkan jika $\mathrm{F}_{hitung} \leq \mathrm{F}_{tabel}$; maka H0 diterima dan Ha ditolak artinya, variabel kualitas produk (X1), citra merek (X2) dan harga (X3) secara simultan tidak berpengaruh terhadap pembelian keputusan pembelian (Y) pada Motor Yamaha Fazzio di Kota Malang.

3. Uji Dominan

Uji dominan dilakukan untuk mengetahui variabel independen yang paling berpengaruh dominan dalam regresi linier (Ghozali, 2018). Uji dominan dilihat dari nilai koefisien regresi (b) yang distandarisasi dengan nilai beta. Kriteria uji dominan yaitu jika nilai koefisien regresi variabel memiliki nilai terbesar, maka variabel tersebut memiliki pengaruh dominan. Semakin besar nilai beta, maka semakin besar pengaruhnya terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, cara untuk menentukan variabel bebas yang berkontribusi terbesar atau berpengaruh dominan terhadap variabel terikat adalah dengan melihat nilai standarized coefficients beta yang paling tinggi pada tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikan 5% (Ghozali 2018).