

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dilaksanakannya penelitian dengan tujuan memperoleh data-data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi, penulis melakukan penelitian di Kecamatan Sukun Kota Malang dan objek penelitian ini ditujukan pada konsumen pengguna Sepeda motor Honda Beat.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, Menurut Sugiyono (2019), Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2018) mendefinisikan populasi sebagai subyek/obyek yang memiliki jumlah dan digeneralisasi sesuai dengan kriteria yang ditentukan peneliti. Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen pengguna sepeda motor Honda beat

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dan dalam kategori tak terhingga maka besaran sampel dalam penelitian menggunakan rumus (Ferdinand, 2014) yaitu :

$$n = \text{jumlah indikator} \times (5 \text{ sampai } 10)$$

Pada penelitian ini menggunakan 10 indikator, sehingga dapat diketahui apabila jumlah indikator dikali dengan 5 maka menghasilkan responden sebesar 50. Namun, penelitian yang baik yaitu penelitian yang memiliki minimal 100 responden, sehingga pengali yang digunakan yaitu angka 10. Sehingga sampel pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$n = 12 \times 10$$

$$n = 120 \text{ responden}$$

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk menjadi bagian dari sampel. Sedangkan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Berdasarkan uraian tersebut sampel dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Konsumen yang berada di Kecamatan Sukun Kota Malang
2. Konsumen yang pertama kali membeli Honda Beat
3. Konsumen yang berusia 25 – 58
4. Konsumen yang sudah memiliki pekerjaan

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diambil langsung dari lapangan oleh peneliti. Data primer penelitian ini diambil secara langsung dengan cara menyebarkan kuisisioner dalam bentuk google form kepada pengguna sepeda motor honda beat dan beberapa wawancara mengenai kualitas pengguna sepeda motor honda beat di kecamatan sukun

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan cara tidak langsung atau media perantara. Data sekunder digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu dengan cara mencari data di internet dan website resmi (gaikindo, databoks, bisnis.com , oto.com dan malang kota.bps) dalam mengumpulkan data sesuai dengan yang di cari oleh peneliti.

E. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional ialah dimensi dari variabel yang bertujuan untuk menspesifikasikan kegiatan operasional dari sebuah variabel yang digunakan dalam mengukur sebuah variabel (Sugiyono, 2018).

Variabel penelitian adalah nilai dan orang yang memiliki variasi yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Pada table 3.1 terdapat definisi operasional dan pengukuran variabel:

Tabel 3.1. Defenisi Operasional Variabel

Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator
Keputusan pembelian adalah proses ketika konsumen mengenal masalah, mencari informasi dan mengevaluasi produk dari merek tertentu dan memilih alternatif agar dapat memecahkan masalah, yang bertujuan untuk mengambil keputusan pembelian (Tjiptono, 2014)	Keputusan pembelian adalah proses yang dilakukan konsumen untuk mengenal masalah, mencari informasi, dan mengevaluasi produk sebelum memutuskan untuk membeli produk Sepeda Motor Honda Beat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan 2. Kecepatan(Kotler & Keller, 2020) 3. <i>Brand choice</i> (Kotler & Armstrong, 2018) 4. <i>Interest</i> (Cysara, 2015)
Citra merek yaitu apa konsumen pikirkan atau rasakan ketika mereka mendengar, melihat nama suatu produk atau pada inti apa yang konsumen telah pelajari atau ketahui (Supranto, 2011)	Citra merek adalah persepsi konsumen ke sebuah produk yaitu dengan mendengar atau melihat suatu produk yang telah dipelajari dan diketahui pada produk sepeda motor honda beat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reputasi 2. <i>Recognition</i> (Rangkuti, 2009) 3. Kekuatan asosiasi merek 4. keunikan asosiasi merek <p>(Kotler & Keller, 2016)</p>

Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator
kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Menurut (Kotler dan Amstrong, 2018)	Kualitas produk adalah kelebihan atau keunggulan yang dapat mengalahkan para pesaingnya yaitu Yamaha Fino dan Suzuki Nex pada sepeda motor Honda Beat	1. Kinerja 2. estetika (Kotler & Keller, 2017) 3. Daya Tahan 4. Spesifikasi yang sesuai (Fandy Tjiptono, 2016)

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner *online*. Menurut Sugiyono (2019) angket atau kuesioner adalah Teknik pengumpulan data yang berisi pertanyaan yang akan diberikan kepada responden yang sesuai kriteria. Pertanyaan – pertanyaan dalam kuesioner ini berhubungan dengan variabel – variabel yaitu citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian. Menggunakan kuesioner berbasis *online* menggunakan *operation system google form* sebagai media. Berikut merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan peneliti:

1. Membuat pernyataan yang sesuai dengan indikator variabel
2. Mencari grub/komunitas pengguna honda beat di platform online dan terdapat 2 grub di aplikasi facebook yaitu Komunitas honda beat sukun malang dan honda beat club malang
3. Menyebarkan kuisisioner online ke 2 grub facebook
4. Menunggu 1 minggu untuk kuisisioner terjawab
5. Mengumpulkan 30 responden dan lakukan test untuk mengetahui valid dan reliabel dari kuisisioner yang disebarakan

6. Melanjutkan mengumpulkan responden hingga mendapatkan responden yang sesuai sebesar 150
7. Mendapatkan *feedback* yang baik terkumpul 155 responden sesuai karakteristik dan melakukan tabulasi jawaban responden menjadi 120 responden sisanya untuk data cadangan jika ada yang rusak
8. Melanjutkan ke olah data penelitian menggunakan *SPSS 25*

G. Teknik Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan skala likert 1 – 5 yang memiliki 5 kategori yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), cukup setuju (CS), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial, dimana variabel akan dijabarkan menjadi indikator variable (Sugiyono, 2019).

Tabel 3.2. Teknik pengukuran Skala

Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

H. Rentang Skala

Analisis rentang skala pada penelitian ini digunakan bertujuan untuk dapat mengolah data kuantitatif berupa angka yang nanti kemudian bisa diartikan dalam data kualitatif (Sugiyono, 2019). Rentang skala ini digunakan

untuk mengetahui variabel citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Untuk menentukan rentang skala yaitu menggunakan rumus sebagai berikut :

$$R_s = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan :

R_s : Rentang Skala

M : Jumlah Alternatif Jawaban

N : Jumlah sampel

Berdasarkan rumus diatas, maka dari rentang skala diperoleh dengan perhitungan yaitu :

Banyaknya alternatif jawaban = 5 (sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju).

$$\begin{aligned} \text{Skor terendah} &= \text{bobot terendah} \times \text{jumlah sampel} \\ &= 1 \times 120 \\ &= 120 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Skor tertinggi} &= \text{bobot tertinggi} \times \text{jumlah sampel} \\ &= 5 \times 120 \\ &= 600 \end{aligned}$$

$$R_s = \frac{120(5-1)}{5}$$

$$R_s = \frac{120 \times 4}{5}$$

$$R_s = \frac{480}{5}$$

$$R_s = 96$$

Berdasarkan perhitungan skala diperoleh sebesar 96. Maka dari itu, hasil perhitungan rentang skala diatas digunakan untuk membuat tabel pengukuran mengenai citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Berikut ini merupakan skala penilaian disetiap kategori variabel penelitian:

Tabel 3.3. Tabel Rentang Skala

No	Rentang Skala	Citra Merek	Kualitas produk	Keputusan Pembelian
1	120-216	Sangat Tidak Menarik	Sangat tidak Baik	Sangat rendah
2	216,1 – 312	Tidak Menarik	Tidak Baik	Rendah
3	312,1 – 408	Cukup	Cukup	Netral
4	408,1 – 504	Menarik	Baik	Tinggi
5	504,1 – 600	Sangat Menarik	Sangat Baik	Sangat Tinggi

I. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Suatu kuesioner dinyatakan valid, tidak atau signifikan adalah dengan dilakukannya uji validitas sebagaimana fungsi dari alat ukur (Hair, 2019). Uji validitas dapat digunakan dalam menguji suitability antara angket dan hasil di tempat penelitian. Jika hasil menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti variabel dari pertanyaan valid, tetapi $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti variabel dari pertanyaan invalid (Mentari 2020).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan dalam penelitian untuk mengukur konsistensi dari kuesioner penelitian (Hair, 2019). Uji reliabilitas dapat

dilakukan untuk variabel yang sudah valid. Hasil uji reliabilitas dinyatakan baik jika *Cronbach Alpha* > nilai 0.6 tetapi jika nilai *Cronbach Alpha* < nilai 0.6 maka variabel tidak reliabel (Mentari, 2020).

J. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dipergunakan untuk menguji model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Terdapat 3 uji normalitas yang dapat dijadikan dasar keputusan diantaranya yaitu, yang pertama dengan melihat kenormalan data ditunjukkan melalui terdapatnya penyebaran titik yang dekat atau disekitar garis miring pada diagram *Normal Probability Plot*. Kedua, jika pada grafik histogram menunjukkan kurva yang tidak melenceng ke kanan atau ke kiri dapat dikatakan berdistribusi normal. Ketiga, uji normalitas menggunakan *one sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

Dasar penentuan dari normal atau tidaknya penelitian diukur dari nilai probabilitas signifikan. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka penelitian tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Namun jika nilai probabilitas signifikan $\leq 0,05$ maka penelitian tersebut dikatakan tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2018)

(Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan uji normal dengan metode grafik histogram dan diagram *Normal Probability Plot*.

2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas terjadi jika ada hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas penelitian. Jika tidak terdapat korelasi antar variabel bebas maka model regresi dikatakan baik.

Untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai *tolerance* serta *variance inflation factor* (VIF). Dasar pengambilan keputusan uji multikolinieritas yaitu jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0.10 maka menunjukkan tidak terjadi gejala masalah multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan kepengamatan lain dalam model regresi untuk menguji heteroskedastisitas dapat menggunakan uji glejser dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai sig $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai sig, $0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Linearitas

Menurut Sugiyono dan Susanto (2015) uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki

hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui *test of linearity*. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada $\text{linearity} \leq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

5. Uji Autokorelasi

Autokorelasi menyatakan bahwa uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Salah satu uji formal yang paling populer untuk mendeteksi autokorelasi adalah uji Durbin-Watson (DW), dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah:

1. Bila nilai DW terletak diantara batas atas atau *upper bound* (d_U) dan ($4-d_U$) maka koefisien autokorelasinya sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila DW lebih rendah dari batas bawah atau *lower bound* (d_L) maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila DW lebih besar dari ($4-d_U$) maka koefisien autokorelasinya lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi.
4. Bila nilai DW terletak antara batas atas (d_U) dan bawah (d_L) atau DW terletak antara ($4d_U$) dan ($4-d_L$) maka hasilnya tidak dapat disimpulkan. (Ghozali 2017).

K. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan kondisi (naik turunnya) variabel terikat, jika dua atau lebih variabel sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Analisis regresi berganda dilakukan jika memiliki jumlah minimal dua variabel bebas (Sugiyono, 2018). Persamaan regresi untuk dua prediktor atau variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta $b_1X_1 + b_2$

b = Koefisien Regresi

X1 = Citra merek

X2 = Kualitas Produk

e = Error

Data dari setiap variabel harus tersedia untuk membuat ramalan melalui regresi. Peneliti harus dapat menemukan persamaan melalui perhitungan berdasarkan data yang didapatkan (Sugiyono, 2018).

L. Uji T

Uji t digunakan untuk menerangkan variasi variabel dan mengetahui pengaruh variabel independen. Uji t dapat menguji signifikansi antara variabel independen. Uji t menguji masing-masing variabel secara parsial (Ghozali, 2018). Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

- a. Probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ (α) atau t hitung $< t$ tabel artinya hipotesis tidak terbukti, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, ketika dilakukan uji secara parsial.
- b. Probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ (α) atau t hitung $> t$ tabel artinya hipotesis tidak terbukti, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ketika dilakukan uji secara parsial.

M. Uji Dominan

Uji dominan digunakan untuk mengetahui variabel bebas yang memberikan pengaruh paling besar terhadap nilai variabel terikat dalam suatu model regresi linear. Variabel bebas yang paling dominan dapat diketahui melalui koefisien beta berdasarkan nilai hitung t yang terbesar

N. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi – variabel terikat. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi – variabel terikat secara simultan Sugiyono (2017). Nilai koefisien determinasi mempunyai interval nol sampai satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika $R^2 = 1$, berarti besarnya presentase sumbangan X_1 , X_2 , X_3 terhadap variasi (naik-turun) Y secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka semakin cocok pula garisregresi untuk meramalkan Y .