

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi Dan Obyek Penelitian

Sesuai dengan judul yang penulis kemukakan, peneliti mengambil lokasi penelitian ini dilakukan pada UD Sinar Baru yang beralamat di Jl. Stadion No. 132 Pamekasan. Alasan pemilihan lokasi tersebut dikarenakan dilahat dari pengunjung deller dan peminat sepeda motor merek Honda Baeat dari tiga cabang yang ada di seluruh pulau madura, di UD. Ahas 126 Sinar Baru Pamekasan inilah pengunjung yang paling banyak. Dan banyaknya konsumen yang menggunakan sepeda motor merek honda beat. Sedangkan objek yang diteliti yakni perilaku konsumen (faktor internal (keadaan ekonomi,motivasi) dan faktor eksternal (kelompok acuan) terhadap keputusan pembelian barang dan jasa.

3.2. Metode Penelitian

Adapun penyusunan penelitian ini menggunakan penelitian *explanatory* (penelitian penjelasan) yaitu penelitian yang menyoroti hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. (Singarimbun dan effendi, 1994:5).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Prosesnya diawali dengan teori dan selanjutnya dengan menggunakan logika deduktif diturunkan hepotesis penelitian yang disertai pengukuran dan operasionalisasi konsep, kemudian *generalisasi emperis* yang berdasar pada statistik, sehingga dapat disimpulkan sebagai temuan penelitian.

3.3. Populasi dan Sampel

Menurut Arinkunto (2006:130) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan konsumen, dimana responden yang diteliti adalah UD. Ahass 126 Sinar Baru Pamekasan dengan jumlah 420 konsumen. Sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti, untuk mendapatkan sampel yang representatif, Arikunto (2006: 109).

Untuk menentukan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Slovin*. Rumus tersebut dituliskan sebagai berikut (Sevilla, dkk.,2000:147)

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat Kesalahan

Populasi (N) sebanyak 420 orang konsumen yang telah membeli sepeda motor merek Honda beat di UD. Ahass 126 Sinar Baru Pamekasan dengan asumsi taraf kesalahan (e) sebesar 10%, maka jumlah sampel (n) adalah:

$$n = \frac{420}{1 + 420(0,10)^2} = 80,76 = 81 \text{ orang}$$

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian adalah sebanyak 81 orang konsumen yang telah membeli sepeda motor merek Honda beat di UD. Ahass 126 Sinar Baru Pamekasan.

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Adapun teknik pengambilan sampelnya dengan menggunakan sampel bertujuan (*purposive sample*), sampel bertujuan dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu, Arikunto (2006:139).

3.5. Jenis Data dan Sumber Data

Dalam suatu penelitian harus disebutkan dari mana data diperoleh sebagaimana yang dinyatakan oleh Arintuko (2006:107-129). Sumber data adalah subjek dari mana data yang diperoleh. Didalam penelitian ini data yang digunakan dibagi dua bagian. Menurut Indriantoro dan Supomo (2002:146) sumber data dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden, dalam hal ini adalah keseluruhan konsumen pada UD. Ahass 126 Sinar Baru Pamekasan.

2. Data Skunder

Data yang didapat bukan berasal dari pengamatan langsung melainkan data yang sudah diolah orang lain, yang berupa dari dokumen-dokumen perusahaan, seperti jumlah laporan penjualan.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Wawancara (*interview*)

Merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui berhadap-hadapan dan bertatap muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan kepada peneliti.

b. Daftar pertanyaan (*questionnaire*)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2004:135). Metode ini dilakukan dengan memberi sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada para konsumen yang sedang membeli sepeda motor merek honda beat di UD. Ahass 126 Sinar Baru Pamekasan.

c. Dokumentasi

Metode ini berkaitan dengan objek dan subjek penelitian melalui pencatatan dokumen-dokumen dan berkas-berkas dari pihak yang terkait dengan penelitian.

3.7. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu; skala *likert*. Menurut Amirullah (2002:85), skala *likert* digunakan secara luas yang mengharuskan responden untuk menunjukkan derajat setuju atau tidak setuju kepada setiap statemen yang berkaitan dengan objek yang dinilai. Bentuk asal dari skala *likert* memiliki lima

katagori. Apabila di ranking maka susunannya akan dimulai dari sangat tidak setuju (*strongly disagree*) sampai kepada sangat setuju (*strongly agree*).

Lima katagori penilaian dimana masing-masing pernyataan diberi skor 1-5:

1. Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1
2. Jawaban tidak setuju diberi skor 2
3. Jawaban cukup setuju diberi skor 3
4. Jawaban setuju diberi skor 4
5. Jawaban sangat setuju diberi skor 5

3.8. Definisi Operasional Variabel

Menurut Nazir (2003:126) definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberi arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. Sesuai dengan perumusan masalah yang ada maka dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat:

3.8.1. Variabel bebas

Varibel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2004:33). Adapun variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kelompok Acuan (X_1)

Kelompok Acuan adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata yang mempengaruhi perilaku, baik dari orang lain ; teman, tetangga, relasi atau teman kerja.

2. Keadaan Ekonomi (X_2)

Keadaan ekonomi seseorang meliputi tabungan dan pendapatan yang dapat di belanjakan.

3. Motivasi (X_3)

Adalah kondisi yang mendorong konsumen agar mampu mencapai tujuan motifnya. Merupakan suatu dorongan kebutuhan dari dalam diri konsumen yang perlu di penuhi.

3.8.2. Variabel Terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2004:33). Dalam penelitian ini variabel terikat adalah keputusan pembelian konsumen (Y).

Selanjutnya konsep, variabel serta item-item ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Dimensi Konsep, Variabel, Dan Item-Item

No	Variabel	Item
1.	Kelompok Acuan (X_1)	Saran atau pengaruh dari orang lain (teman, tetangga, relasi/kerja) ($X_{1,1}$) pengaruh dari keliarga. ($X_{1,2}$)
2.	Keadaan Ekonomi (X_2)	Pendapatan ($X_{2,1}$) tabungan, dan kekayaan ($X_{2,2}$)
3.	Motivasi (X_3)	Kebutuhan konsumen ($X_{3,1}$) keinginan konsumen terhadap motor honda Beat ($x_{3,2}$)
4.	Keputusan pembelian konsumen (Y)	Keputusan konsumen berdasarkan Kelompok Acuan (Y_1) Keputusan konsumen berdasarkan Keadaan Ekonomi (Y_2) Keputusan konsumen berdasarkan Motivasi (Y_3)

Sumber: data yang diolah 2012

3.9. Uji Instrumen

Ketepatan pengujian suatu hipotesis tentang hubungan variabel penelitian sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut.

Pengujian hipotesis penelitian tidak akan mengenai sarannya bila mana data yang dipakai tidak reliabel dan tidak menggambarkan secara tepat konsep yang diukur. Oleh karena itu perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrument.

3.9.1. Uji Validitas

Uji validitas instrumen dilakukan memastikan seberapa baik suatu instrument digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Umar (2003:72) validitas adalah istilah yang dipakai untuk menyatakan sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuesioner atau mengukur apa yang ingin diukur. Dimana menurut Arikunto (2002:146) r hitung dapat ditentukan dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}$$

Dimana: r = Nilai validitas atau koefisien korelasi

x = Skor kuesioner atau item

y = Skor total atau total variabel

n = Banyaknya sampel

Untuk menguji validitas konstruk, dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Bila harga korelasi positif dan $r \geq 0,3$ signifikan ($p < 0,05$), maka instrument dinyatakan valid maka butir

instrument tersebut dinyatakan valid atau memiliki validitas konstruk yang baik (Sugiyono,2002:127).

Pengujian reliabilitas dan validitas instrument dalam penelitian ini menggunakan bantuan komputerisasi program *software SPSS 11.5 for windows*.

3.9.2. Uji Reliabilitas

Menurut Umar (2003:80). Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur kita gunakan berulang kali.

Suatu instrument adalah reliabel sebagai alat pengumpul data apabila memberikan hasil ukuran yang sama terhadap suatu gejala pada waktu yang berlainan. Menurut Singarimbun instrumen dikatakan reliabel, jika hasil perhitungan memiliki koefisien keandalan (reliabilitas) sebesar $\alpha = 0,05$ atau lebih.

Untuk menguji reliabilitas, menurut Arikunto (2006:196) dapat menggunakan rumus *Alpha Cornbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

3.9. Model Analisis Data

3.10.1. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dan untuk melengkapi analisis sejauh mana hubungan yang kuat antara variabel terikat (Y) keputusan pembelian konsumen, dan variabel bebas (X), maka dalam penelitian ini regresinya sebagai berikut (Sugiyono, 1997:235):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi variabel X_1, X_2, X_3

X_1 = Kelompok Acuan

X_2 = Keadaan ekonomi

X_3 = Motivasi

e = Epsilon atau variabel yang tidak termasuk dalam penelitian

3.11. Pengujian Asumsi Klasik

Agar dapat diperoleh nilai pemikiran yang tidak biasa dan efisien dari persamaan regresi, maka dalam analisis data harus memenuhi beberapa asumsi klasik sebagai berikut (pengolahan data dengan komputerisasi menggunakan program SPSS 19 *for windows*).

3.11.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui simetris tidaknya distribusi data. Uji ini akan dideteksi melalui analisis grafis yang dihasilkan melalui

perhitungan regresi dengan SPSS. Ghozali (2005:69) menyatakan bahwa jika data menyebar normal di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.11.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas yang disebut dengan multikolinieritas. Menurut Santoso (2002:203) suatu model regresi dikatakan bebas dari masalah, jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah: Nilai VIF > 5 maka diduga mempunyai persoalan multikolinieritas Nilai VIF < 5 maka tidak terdapat multikolinierita.

3.11.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Santoso (2002:208), tujuan uji non-heteroskedastisitas untuk: Menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi *Rank spearman* yaitu mengkorelasikan antara *absolute residual* hasil regresi dengan sebuah variabel bebas. Apabila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non-heteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

3.12. Model Analisis Data

3.12.1. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan sigifikasi dibawah 0,05 (5%) maka secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya.

Rumus yang dikemukakan oleh Sugiyono (2004:190) untuk mengetahui

$$F_{hitung}, \text{ yaitu: } F = \frac{R^2 / k}{(n - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

K = Jumlah variabel bebas (*independent variabel*) Kriteria pengambilan keputusan

Jika $F_{hitung} p \leq 0,05$ maka H_0 ditolak

Jika $F_{hitung} p > 0,05$ maka H_a diterima

Bila H_0 ditolak maka H_a diterima berarti variabel-variabel bebas yang diuji mempunyai hubungan yang bermakna dengan variabel terikat.

3.12.2. Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat.

Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t table . Apabila $t_{hitung} > t_{table}$ dengan signifikansi dibawah 0,05 (5%), maka secara parsial atau individual variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya.

Rumus t_{hitung}

$$t = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

di mana :

b_i = nilai koefisien variabel independen (x_i)

s_{b_i} = standard error dari variabel independen (x_i)

Kreteria pengambilan keputusan:

Jika $t_{hitung} p < 0,05$ maka H_0 ditolak

Jika $t_{hitung} p > 0,05$ maka H_a diterima

Semua analisis dihitung dengan program SPSS 19 *for Windows* sehingga korelasi dalam perhitungan dapat dipercaya.