

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT. Tiara Megah Indah Jaya. Lokasi dealer dan bengkel resmi Honda yang terletak di jalan Letjend S. Parman no 72 dipilih karena letak dealer strategis dan mudah diakses. Selain itu pemilihan lokasi ini ditujukan untuk membatasi ruang lingkup penelitian yang luas, sehingga dapat memberikan hasil yang optimal.

3.2. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu data penelitiannya berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik (Sugiyono,2010:7).

Penelitian ini menggunakan metode survey, metode survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 1995:3).

3.3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2010:80), adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan Sekaran (2006:121) menyebutkan populasi mengacu pada keseluruhan orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek atau objek penelitian yang akan diteliti dan memiliki karakteristik tertentu, yang dijadikan sebagai bahan penelitian.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen PT. Tiara Megah Indah Jaya PT. Tiara Megah Indah Jaya yang membeli Honda Beat.

2. Sampel

Sugiyono (2010:81) menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Asumsi dalam penelitian ini bahwa jumlah populasi terbatas. Arikunto (2005:95) mengemukakan jumlah sampel / responden yang terbatas kurang lebih 10%-30% dari jumlah populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini jumlah populasi sebanyak 1000 orang, sampel yang diambil 10% dari jumlah populasi sehingga didapat 100 orang responden.

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu(Sugiyono,

2010:85). Pertimbangan yang digunakan adalah responden yang memiliki Honda Beat dengan usia minimal 20 tahun atau sudah bekerja. Kriteria ini dipilih karena responden yang telah berusia 20 tahun dianggap telah dewasa dan dapat membuat keputusan yang lebih baik.

3.5. Data Dan Jenis Data

Sumber data ini adalah tempat, orang atau benda yang dapat memberikan data sebagai bahan penyusunan informasi bagi peneliti. Di dalam penelitian ini data yang digunakan dibagi dua bagian. Menurut Suliyanto (2005:6) sumber data dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari obyeknya. Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber penelitian.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada, yang berupa dokumen, laporan dan arsip-arsip lain yang relevan. Menurut Moleong (2002:113) bisa berasal dari sumber-sumber tertulis (buku dan majalah ilmiah, arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi).

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian. Oleh karena itu, harus secara sistematis, terarah dan sesuai dengan masalah penelitian.

1. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2006:231) metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, dan sebagainya. Metode dokumentasi diadakan bertujuan untuk meneliti dokumen dokumen yang ada pada perusahaan, sehingga dari catatan yang ada dapat diketahui data yang akan dianalisis.

2. Kuisisioner

Kuisisioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2010:142).

3.7. Variabel dan Skala Pengukuran

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu yang mempunyai variasi nilai sebagai operasionalisasi dari konsep sehingga dapat diteliti secara empiris. Caranya adalah dengan memilih dimensi tertentu, konsep yang mempunyai variasi nilai (Sangarimbun, 1995:42).

2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Sugiyono (2010:93) mendefinisikan skala likert sebagai alat untuk

mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan yang sifatnya positif sehingga penentuan skornya adalah :

Tabel 3.1
Bobot Nilai Setiap Pertanyaan.

Pilihan Jawaban	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-Ragu	RR	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono, Skala Likert (2010:93)

3.8 Definisi Operasional Variabel

Menurut Nazir (2003:126) definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara member arti, atau memspesifikasikan 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. Adapun definisi operasional variabel untuk masing masing variabel dan indikatornya adalah sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2010:39).

Adapun variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Merek (X1), yaitu nama, istilah, tanda, symbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk. Atribut terdiri dari:

1. Pengaruh nama merek dalam menggambarkan produknya (X1.1), yaitu kemampuan merek produk Honda Beat dalam menggambarkan kenyamanan dan kemudahan yang dimilikinya.
2. Kemudahan nama merek untuk diingat (X1.2), yaitu mengenai kemudahan dari merek Honda Beat untuk diingat.
3. Kemudahan nama merek (X1.3), yaitu mengenai kemudahan merek Honda Beat untuk diucapkan.

b. Harga (X2), yaitu besarnya harga yang dimiliki oleh produk, atribut ini terdiri dari :

1. Harga yang terjangkau (X2.1), yaitu mengenai penetapan harga Honda Beat yang relatif terjangkau oleh berbagai kalangan masyarakat.
2. Penetapan harga yang sesuai (X2.2), yaitu mengenai penetapan harga dari produk Honda Beat yang sebanding dengan kualitas yang ditawarkan.
3. Harga yang lebih rendah dibanding produk pesaing (X2.3), yaitu mengenai penetapan harga Honda Beat yang lebih rendah bila dibandingkan produk pesaingnya.

c. Kualitas (X3), yaitu kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya.

Atribut ini terdiri dari:

1. Kualitas yang tinggi (X3.1), yaitu mengenai tingkat kualitas yang tinggi yang dimiliki Honda Beat.

2. Daya tahan mesin (X3.2), yaitu mengenai daya tahan mesin Honda Beat untuk dipergunakan dalam jangka waktu yang lama.
 3. Kemampuan berakselerasi (X3.3), yaitu mengenai kemampuan yang dimiliki produk Honda Beat untuk berakselerasi lebih cepat daripada motor matic sejenis lainnya.
- d. Style (X4), yaitu ekspresi dasar yang bersifat unik dari suatu produk yang berfungsi untuk menonjolkan keindahan produk. Atribut ini terdiri dari:
1. Pilihan style (X4.1), yaitu mengenai beberapa pilihan model yang dimiliki produk Honda Beat.
 2. Kesesuaian dengan trend (X4.2), yaitu mengenai kesesuaian bentuk dan model yang dimiliki oleh produk Honda Beat telah sesuai dengan keinginan trend konsumen saat ini.
 3. Keunikan (X4.3), yaitu kemampuan yang dimiliki oleh Honda Beat dalam mengekspresikan keunikannya.
- e. Jaminan (X5), yaitu janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, atribut ini terdiri dari :
1. Masa Garansi (X5.1), yaitu menggambarkan masa garansi atas produk Honda Beat yang cukup lama.
 2. Jaminan atas kerusakan (X5.2), mengenai jaminan ganti rugi atas kerusakan selama masa garansi serta ketersediaan suku cadang.
 3. Harga jual kembali (X5.3), yaitu mengenai harga jual kembali Honda Beat yang cukup tinggi.
2. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010:39). Dalam penelitian ini variabel terikat adalah keputusan konsumen (Y). keputusan pembelian merupakan suatu tahapan dalam perilaku konsumen, dimana sebelumnya konsumen mempertimbangkan segala sesuatunya terlebih dahulu sebelum akhirnya memutuskan membeli suatu produk dan memakainya. Sedangkan indikator dari keputusan pembelian adalah

- a. Keputusan pembelian karena merek
- b. Keputusan pembelian karena harga
- c. Keputusan pembelian karena kualitas
- d. Keputusan pembelian karena style
- e. Keputusan pembelian karena jaminan

Tabel 3.2
Variabel, Indikator, dan Item

Variabel	Indikator	Item
Atribut Produk (X)	Merek (X1)	Pengaruh nama merek dalam menggambarkan produknya (X1.1)
		Kemudahan nama merek untuk diingat (X1.2)
		Kemudahan pengucapan nama merek (X1.3)
	Harga (X2)	Harga yang terjangkau (X2.1)
		Penetapan harga yang sesuai (X2.2)
Harga yang lebih rendah dari produk pesing (X2.3)		
Keputusan Pembelian (Y)	Kualitas (X3)	Kualitas yang tinggi (X3.1)
		Daya tahan mesin (X3.2)
		Kemampuan berakselarsi (X3.3)
	Style (X4)	Pilihan style (X4.1)
Kesesuaian dengan tren (X4.2)		
Keunikan (X4.3)		
Keputusan Pembelian (Y)	Jaminan (X5)	Masa garansi (X5.1)
		Jaminan atas kerusakan (X5.2)
		Harga jual Kembali (X5.3)
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian karena atribut produk (Y)	Keputusan pembelian karena merek (Y1.1)
		Keputusan pembelian karena harga (Y1.2)
		Keputusan pembelian karena kualitas (Y1.3)
		Keputusan pembelian karena style (Y1.4)
		Keputusan pembelian karena jaminan (Y1.5)

Sumber : Data Diolah 2012

3.9. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang

diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat (Ancok dalam Singarimbun, 1995:124). Tinggi rendahnya validitas menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Singarimbun dan Effendi (1995:137) menjelaskan cara menguji validitas adalah dengan menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product Moment Pearson* yang rumusnya sebagai berikut:

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

Dimana: r_{xy} = koefisien korelasi suatu butir/item
 N = jumlah subyek
 X = skor suatu butir/item
 Y = skor total

Valid tidaknya suatu item instrument dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product Moment Pearson* dengan taraf signifikan sebesar 5%, maka instrument tersebut dinyatakan valid dan sebaiknya dinyatakan tidak valid. Selain itu, kita juga dapat membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut:

$r_{hitung} > r_{tabel}$: Valid

$r_{hitung} < r_{tabel}$: Tidak Valid

Apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pertanyaan tersebut valid dalam hal ini bermakna bahwa butir pertanyaan tersebut cukup mewakili untuk mengukur permasalahan. Sebaliknya apabila r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel}

maka butir tidak valid berarti butir pertanyaan tersebut tidak cukup mewakili sebagai alat untuk mengukur masalah.

b. Uji Reliabilitas

Arikunto (1998:140) menjelaskan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Arikunto (1998:171) menjelaskan untuk menguji reliabilitas dapat memakai *alpha Cronback* dengan rumus :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir/item

V_t^2 = varian total

Instruments dikatakan andal (reliable) jika memiliki koefisiensi reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih. Budi (2006:248) menjelaskan dalam menentukan kriteria indeks realibilitas dengan interval sebagai berikut:

0,00-0,20 : kurang reliabel

> 0,00-0,40 : Agak reliabel

> 0,40-0,60 : Cukup reliabel

> 0,60-0,80 : Reliabel

> 0,80-1,00 : sangat Reliabel

3.10. Uji Asumsi Klasik

Pengujian Asumsi Klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data mengalami penyimpangan atau tidak. Uji ini dilakukan setelah melakukan analisa Regresi dan Koefisien Determinasi. Uji Asumsi Klasik terdiri dari:

1. Uji Multikolinieritas

Menurut Santoso (2002:203), tujuan dari nonmultikolinieritas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi adanya *variabel independent*. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya terjadi korelasi diantara *independent variabel*. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala Multikolinieritas dapat dideteksi dari besarnya nilai VIT (*variance inflation factor*). Bila nilai VIF lebih kecil dari 5 maka tidak terjadi nonmultikolinieritas.

2. Uji Normalitas

Menurut Santoso (2002:212) tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel bebas, variabel terikat keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang tidak baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov terdapat nilai standar residual hasil

persamaan regresi. Apabila probabilitas hasil uji Kolmogorov-Smirnov lebih kecil dari 0,5 (5%) maka distribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Santoso (2002:208), tujuan uji nonheteroskedastisitas 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 regrasi dengan sebuah variabel bebas. Apabila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaiknya berarti non-heteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t - 1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Sulhan, 2011:22).

Menurut Santoso (2002:219) untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi menggunakan Durbin-Watson tes yang dilakukan melalui program SPSS, dimana kaedah keputusan sebagai berikut :

- a. Jika angka D-W dibawah -2, berarti autokorelasi positif
- b. Jika angka D-W diatas +2, berarti autokorelasi negative
- c. Jika angka D-W diantara -2 sampai dengan +2, berarti tidak ada autokorelasi

3.11. Teknik Analisis Data

Analisis regresi berganda 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):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Keterangan :

Y	= variabel terikat yaitu keputusan pembelian
A	= konstanta
$\beta_1 - \beta_5$	= Koefisien regresi variabel bebas ke-1 sampai ke-5
X1	= merek
X2	= harga
X3	= kualitas
X4	= style
X5	= jaminan

3.12. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan, maka digunakan uji statistic sebagai berikut :

a. Uji F (Uji Simultan)

Digunakan untuk mengetahui secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak 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. (Sugiyono,2005:250)

Rumus yang digunakan untuk mengetahui F_{hitung} yaitu :

$$F_{hitung} = \frac{r^2 / k}{(1 - r^2) / (n - k)}$$

Dimana:

F : f hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan f table

r^2 : Koefisien determinasi

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel bebas (independent variable)

Adapun langkah-langkah untuk uji F (uji simultan) sebagai berikut :

1). Perumusan hipotesis

Ho : diduga bahwa merek (X1), harga (X2), Kualitas (X3), Style (X4) dan jaminan (X5) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan konsumen (Y) dalam pembelian kendaraan bermotor merek Honda Beat.

Ha : diduga bahwa merek (X1), harga (X2), Kualitas (X3), Style (X4) dan jaminan (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan konsumen (Y) dalam pembelian kendaraan bermotor merek Honda Beat.

2). Nilai kritis distribusi F dengan level of signifikan $\alpha = 5\%$

3). Kriteria penerimaan dan penolakan

Ho diterima dan Ha ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, itu berarti tidak ada pengaruh yang signifikan oleh variabel X dan Y.

H_0 ditolak dan H_a diterima jika $F_{\text{Hitung}} > F_{\text{tabel}}$, itu berarti ada pengaruh yang signifikan oleh variabel X dan Y (Kartika, 2007 :74).

b. 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 jika t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dengan signifikansi dibawah 0,05 (5%), maka secara parsial atau individual variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya.

Rumus t_{hitung} :

$$t = \frac{b_1}{sb_1}$$

Dimana:

b_1 : Koefisien regresi

sb_1 : Standar *error* koefisien regresi

Adapun langkah-langkah uji t (uji parsial) sebagai berikut :

1). Perumusan hipotesis

H_0 : diduga bahwa merek (X1), harga (X2), Kualitas (X3), Style (X4) dan jaminan (X5) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen (Y) dalam pembelian kendaraan bermotor merek Honda Beat.

H_a : diduga bahwa merek (X1), harga (X2), Kualitas (X3), Style (X4) dan jaminan (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap

keputusan konsumen (Y) dalam pembelian kendaraan bermotor merek Honda Beat.

2). Nilai kritis uji t dengan level of signifikan $\alpha = 5\%$

3). Kriteria penerimaan dan penolakan

H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, itu berarti tidak ada pengaruh yang signifikan oleh variabel X dan Y.

H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, itu berarti ada pengaruh yang signifikan oleh variabel X dan Y (Kartika, 2007 :74).

Semua analisis dihitung dengan program *spss 11.5 for windows* sehingga korelasi dalam perhitungan dapat dipercaya.

c. Uji Variabel Dominan

Untuk menguji variabel dominan terlebih dahulu kontribusi masing - masing variabel bebas yang diuji terhadap variabel terikat. Kontribusi masing - masing variabel diketahui dari koefisien determinasi regresi sederhana terhadap variabel terikat atau diketahui dari kuadrat korelasi sederhana variabel bebas dan terikat (Sulhan, 2011:14)