

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Dan Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini, lingkup penelitian dibatasi secara geografis hanya di kota Malang, dimana lingkup penelitian ini meliputi masyarakat yang berusia 17-55 tahun dan bertempat tinggal di kota Malang. Pemilihan di Malang dikarenakan perkembangan penjualan sepeda motor Yamaha Mio GT di kota Malang sangat pesat. Kota Malang juga merupakan pasar yang potensial bagi pemasaran sepeda motor Yamaha Mio GT. Pertimbangan lain mengapa dipilih kota Malang sebagai area yang diteliti dengan tujuan untuk memudahkan penelitian

3.2 Jenis dan Pendekatan 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, 1995 : 5). Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Prosesnya diawali dengan teori dan selanjutnya dengan menggunakan logika deduktif diturunkan hipotesis penelitian yang disertai pengukuran dan operasionalisasi konsep, kemudian generalisasi empiris yang berdasar pada statistik, sehingga dapat disimpulkan sebagai temuan penelitian. Dalam penelitian jenis ini hipotesis yang telah dirumuskan diuji untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel-variabel dalam

penelitian mengenai perilaku konsumen (faktor eksternal dan internal) yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Mio GT.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna motor Yamaha Mio GT di kota Malang.

3.3.2 Sampel

Jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini sebanyak 108 responden. Jumlah ini ditetapkan menurut Malhotra dalam (Asnawi dan Masyhuri, 2011). Bahwa jumlah sampel atau responden dengan jumlah populasi yang tak terbatas paling sedikit empat atau lima kali jumlah item yang akan diteliti. Dalam penelitian ini digunakan 27 item maka sampel yang digunakan adalah :

$$N = 4 \times 27 \text{ (item)}$$

$$= 108 \text{ responden}$$

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini akan menggunakan kombinasi antara metode sampling aksidental dan purposive sampling. Aksidental adalah metode dengan cara pengambilan sampel secara *kebetulan* (spontanitas). Anggota populasi yang secara kebetulan dijumpai oleh peneliti pada saat

penelitian, maka itulah menjadi sampelnya. Sampel yang diambil adalah yang bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan ciri-ciri yang sesuai dengan yang telah ditentukan oleh peneliti (Asnawi dan Masyhuri, 2011). Sedangkan metode purposive sampling adalah pemilihan sampel secara subyektif terhadap responden yang memiliki informasi dan memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Ferdinand, 2006). Kombinasi kedua metode tersebut akan memilih sampel secara kebetulan pada responden yang memenuhi kriteria yang ditentukan peneliti. yaitu masyarakat yang sudah pernah membeli dan mengendarai sepeda motor Yamaha Mio GT.

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 kategori. Apabila diranking, maka susunannya akan dimulai dari sangat tidak setuju (*strongly disagree*) sampai kepada sangat setuju (*strongly agree*). Lima kategori penilaian dimana masing-masing pernyataan diberi skor 1-5 :

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

3.5 Data Dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Data primer

Data primer adalah data yang diambil dari lapangan yang diperoleh melalui pengamatan, wawancara & kuesioner.

2. Data skunder

Data skunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain), umumnya berupa bukti-bukti dan catatan-catatan (Indriantoro, 1999: 248). Berupa buku-buku literatur sebagai sumber referensi dan dokumen-dokumen lain yang menunjang

3.6 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Sebuah kuesioner, baik itu disebut formulir atau skedul, bentuk wawancara, atau instrumen pengukuran, merupakan serangkaian pertanyaan yang diformulasikan untuk mendapatkan informasi dari responden (Maholtra,2005:325). Kuesioner dalam penelitian ini digunakan sebagai instrumen utama untuk memperoleh data tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan menggunakan produk, dengan cara membagikan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan judul penelitian ini dengan maksud menggali data selengkap mungkin.

2. Interview / Wawancara

Interview dapat dipandang sebagai metode pengumpulan data dengan jalan Tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian (Hadi,1991:193). Peneliti menggunakan teknik ini dengan bertanya kepada pengguna motor Yamaha Mio GT di Kota Malang

3. Dokumentasi

Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya (Arikunto,2002:135). Teknik ini digunakan untuk mengambil data internal perusahaan seperti sejarah perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.
2. Persepsi adalah proses dimana individu memilih, mengelola, dan menginterpretasikan stimulus ke dalam bentuk arti dan gambar.
3. Belajar adalah perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman.

4. Kepribadian organisasi dari faktor-faktor biologis, psikologis dan sosiologis yang mendasari perilaku individu .
5. Sikap adalah predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) untuk memberikan tanggapan terhadap rangsangan lingkungan, yang dapat memulai atau membimbing tingkah laku orang tersebut
6. Kebudayaan adalah hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.
7. Kelas Sosial adalah kelompok-kelompok yang keberadaannya relatif permanen di dalam tatanan suatu masyarakat dimana dalam satu kelompok akan terdiri dari orang-orang yang memegang nilai (*value*) yang sama, memiliki minat dan menunjukkan perilaku yang sama.
8. Kelompok Referensi adalah Dua atau lebih orang yang berinteraksi untuk melakukan sesuatu guna mencapai tujuan.
9. Keluarga adalah dua orang atau lebih yang dikaitkan oleh hubungan darah, perkawinan, atau pengadopsian yang tinggal bersama-sama atau terpisah.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

| Konsep | Variabel | Indikator |
|---------------------------------------|---|---|
| Faktor Eksternal Perilaku Konsumen | Motivasi (X1) | a. Pemenuhan Kebutuhan b. Pemenuhan keinginan |
| | Persepsi (X2) | a. Pengalaman masa lalu b. Kesesuaian harapan |
| | Belajar (X3) | a. Pengetahuan terhadap produk b. Penggunaan produk bermanfaat |
| | Kepribadian (X4) | a. Aktivitas b. Minat c. Opini |
| | Sikap (X5) | d. Keyakinan terhadap produk e. Pandangan terhadap produk |
| Faktor Internal Perilaku Konsumen | Kebudayaan (X6) | a. Cara hidup b. Kebiasaan c. Tradisi |
| | Kelas Sosial (X7) | a. Kekayaan b. Kekuasaan c. Kehormatan d. Ilmu pengetahuan |
| | Kelompok Referensi (X8) | a. Keluarga b. Teman |
| | Keluarga (X9) | a. Pengambil inisiatif b. Pemberi pengaruh c. Pengambil keputusan |
| Keputusan Pembelian | Keputusan membeli sepeda Yamaha Mio GT | a. Jenis produk b. Kualitas produk c. Harga yang sesuai d. Cara pembayaran |

Sumber : Diolah dari Swastha dan Handoko (2000)

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

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

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

Dimana : r = Nilai validitas atau koefisien korelasi

x = Skor kuesioner atau item

y = Skor total atau total variabel

n = Banyaknya sampel

Setelah nilai r (koefisien korelasi) diperoleh maka langkah selanjutnya adalah membandingkan antara hasil nilai r yang terdapat pada tabel nilai kritis. Menurut Mason yang dikutip oleh Sugiyono (2004:124) bahwa jika didapat koefisien korelasi > 0,3 dan signifikan ($p < 0,05$), maka instrument dinyatakan valid.

Pengujian reliabilitas dan validitas instrument dalam penelitian ini menggunakan bantuan komputersasi program *software SPSS 16.0 for windows*

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto,2002:154). Untuk mengetahui suatu alat ukur itu riabel dapat diuji dengan menggunakan rumus *Alpha* sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

Dengan keterangan :

11 r = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir

σ^2 = Varians total

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* (α) > 60 % (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel sebaliknya *cronbach's alpha* (α) < 60 % (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

3.8.2 Uji Regresi Linier Berganda

a) Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana perubahan nilai variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen dinaik turunkan nilainya (Sugiyono, 2008, 277). Persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n + e$$

Dimana :

Y = Variabel dependen yaitu keputusan pembelian

a = Koefisien konstanta

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan

X = Variabel bebas, meliputi :

X1 = Motivasi

X2 = Persepsi

X3 = Belajar

X4 = Kepribadian

X5 = Sikap

X6 = Kebudayaan

X7 = Kelas Sosial

X8 = Kelompok Referensi

X9 = Keluarga

e = error atau residu

3.8.3 Uji 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 16.0 for windows*).

a. Uji Multikolinieritas

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 VIF disetar angka 1 dan tidak melebihi 10 dan mempunyai angka Tolerance mendekati 1.

b. Uji Autokorelasi

Uji Asumsi ini untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka ada problem autokorelasi. Untuk pengambilan keputusan bebas autokorelasi juga dapat dilakukan dengan cara melihat nilai Durbin-watson, di mana jika nilai d deat dengan 2, maka asumsi tidak terjadi autokorelasi terpenuhi.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi.

3.8.4 Uji Hipotesis

a. Uji Parsial / Uji t (t-test)

Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual dengan tingkat kepercayaan 95 % dan tingkat kesalahan 5 %.

$$t = r \left\{ \frac{n-2}{1-r^2} \right\}^{1/2}$$

Keterangan:

r = Korelasi produk momen

n = Jumlah responden

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat kesalahan tertentu misalnya 5% (0,05) maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas yaitu X dengan variabel terikat yaitu Y, begitu sebaliknya

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat kesalahan 5 % (0,05) ini berarti H_0 ditolak yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas yaitu X dengan variabel terikat yaitu Y. Sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Dengan kriteria penerimaan :

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$

H_0 diterima apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$.

b. Uji F (F - test)

Menurut Asnawi dan Masyhuri (2011) Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

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

Keterangan :

F = Pendekatan distribusi probabilitas fischer

R = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Banyaknya sampel

Jika nilai $F_{tabel} > F_{hitung}$ pada tingkat kesalahan 5% maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Namun, jika $F_{tabel} < F_{hitung}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan kriteria pengujian :

H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$