

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, suatu penelitian dituntut menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut dan penampilan hasilnya (Arikunto, 2002).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Pendekatan kuantitatif korelasional ini peneliti banyak menggunakan data terhadap variabel-variabel yang diteliti dan adanya pengujian hipotesa. Jenis penelitian ini disebut *explanatory reseach* atau penelitian yang bersifat menjelaskan hubungan dua variabel yang diteliti (Singarimbun & Efendi, 1989).

Penelitian korelasi bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan itu (Arikunto, 2002). Teknik korelasi yaitu meneliti derajat ketergantungan dalam hubungan antar variabel dengan menggunakan koefisien korelasi. Namun, perlu dijelaskan bahwa penggunaan koefisien korelasi hanya menyatakan tinggi rendahnya ketergantungan antar variable yang diuji, tetapi tidak menyatakan ada tidaknya hubungan yang terjadi.

#### **B. Variabel Penelitian**

Variabel adalah hal-hal yang menjadi objek penelitian yang ditatap dalam suatu kegiatan penelitian (*Point to be Notice*) yang menunjukkan variasi baik secara kualitatif maupun kuantitatif (Arikunto, 2002).

## 1. Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

- a. Variabel bebas (*independent variabel*) atau variabel X adalah variabel yang dipandang sebagai penyebab munculnya variabel terikat yang diduga sebagai akibatnya (Kerlinger, 1992).
- b. Variabel terikat (*dependent variabel*) atau variabel Y adalah variabel (akibat) yang dipradugakan, yang bervariasi mengikuti perubahan dari variabel-variabel bebas. Umumnya merupakan kondisi yang ingin kita ungkapkan dan jelaskan (Kerlinger, 1992).

Adapun pembagian variabel yang hendak diteliti adalah.

Variabel Bebas (X) : Motivasi Konsumen

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian

## 2. Definisi Operasional Variabel

Definisi penelitian melekatkan arti pada suatu konstruk atau variable dengan cara menetapkan kegiatan-kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur konstruk atau variabel itu atau dengan kata lain definisi operasional memberikan batasan atau arti suatu variabel (Kerlinger, 1992).

Definisi operasional dari setiap variabel penelitian adalah sebagai berikut.

- a. Motivasi konsumen adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan dalam hal konsumsi.
- b. Keputusan Pembelian merupakan suatu pilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus

mempunyai satu pilihan alternatif yang ada. Bila seorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli atau tidak membeli, dan kemudian dia memilih untuk membeli maka dia berada dalam keputusan pembelian

### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah seluruh subjek yang dimaksud untuk diteliti. Populasi dibatasi sebagai sejumlah subjek atau individu yang paling sedikit memiliki satu sifat yang sama (Hadi, 2000). Sedangkan menurut Djarwanto dalam Sani (2010), populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan atau individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen sepeda motor Yamaha di Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo.

#### **2. Sampel**

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau sampel dapat didefinisikan sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi (Martono, 2010). Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci, sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Muhammad, 2008).

Sampel dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya sehingga digunakan teknik atau rumus sesuai dengan teori dari Naresh K Malhotra.

Menurut Malhotra (2006) disebutkan dalam buku riset pemasaran paling sedikit harus empat atau lima kali dari jumlah *item* pertanyaan. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan 144 sampel yang diperoleh dari 4 x 36 (jumlah item pertanyaan).

#### **D. Data dan Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Jenis Data**

Data (tunggal datum) adalah bahan keterangan tentang sesuatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. Dalam penelitian kuantitatif semua data yang diperoleh dapat dianalisis dengan menggunakan analisis statistik. Untuk mempermudah dalam menganalisis, maka data yang diperoleh digolongkan kedalam Jenis data yang akan dianalisis (Bungin, 2006).

##### **2. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya, melalui pencatatan peristiwa-peristiwa, atau hal-hal, atau keterangan-keterangan, atau karakteristik karakteristik sebagaimana atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian (Hasan, 2002).

Dalam penelitian ini Metode pengumpulan Data menggunakan:

##### **a. Angket (Kuesioner)**

Angket adalah serangkaian atau daftar pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden agar memperoleh informasi dari responden tentang hal-hal yang ia ketahui (Bungin, 2006).

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert, dalam kuesioner ini ada lima macam pilihan jawaban yang di sediakan dalam kolom jawaban yaitu : Sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.yang terdiri dari butir-butir *favorable* dan *unfavorable*. Skala tersebut menggunakan kategori seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1  
Kategorisasi angket

<b>RESPON</b>	<b>SKOR FAVORABLE</b>	<b>SKOR UNFAVORABLE</b>
SS (sangat setuju)	5	1
S (setuju)	4	2
KS (kurang setuju)	3	3
TS (tidak setuju)	2	4
STS (sangat tidak setuju)	1	5

Peneliti memberikan lima kategori yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Penilaian aitem *favorable* pada skala akan diberikan skor bagi pilihan jawaban  $a=5$ ,  $b=4$ ,  $c=3$ ,  $d=2$ ,  $e=1$ . Sebaliknya pada aitem yang tidak *favourable* maka respon negative diberi skor yang lebih tinggi, yaitu  $a=1$ ,  $b=2$ ,  $c=3$ ,  $d=4$ ,  $e=5$  (Azwar, 1999).

#### b. Metode Dokumentar

Menurut Arikunto metode dokumenter adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat lengger, agenda, dan sebagainya (Arikunto, 2002).

### c. Observasi

Observasi adalah kegiatan memperhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut (Rahayu, 2004).

### d. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam (Hasan, 2002).

## 3. Instrumen Penelitian

Menurut Suharsimi (dalam Hasan, 2002), Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah angket.

### a. Angket motivasi konsumen

Angket motivasi konsumen dalam penelitian ini menggunakan teori Engel, Blackwell dan Miniard (1994) dengan sub variabel antara lain produk, harga, pelayanan, dan lokasi. *Blueprint* dari skala motivasi konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2  
*Blueprint* skala motivasi konsumen

VARIABEL	INDIKATOR	NO AITEM		JUMLAH
		<i>F</i>	<i>UF</i>	
MOTIVASI KONSUMEN	Produk	1,2	3,4	4
	Harga	5,6	7,8	4
	Pelayanan	9,10	11,12	4
	Lokasi	13,14	15,16	4
	<b>JUMLAH</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>16</b>

b. Angket keputusan pembelian

Angket keputusan pembelian dalam penelitian ini menggunakan teori phillip Kotler (2003) dengan sub variabel antara lain pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan prilaku pasca pembelian. *Blueprint* dari skala keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3  
*Blueprint* skala keputusan pembelian

VARIABEL	INDIKATOR	NO AITEM		JUMLAH
		<i>F</i>	<i>UF</i>	
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pengenalan Kebutuhan	1,2	3,4	4
	Pencarian informasi	5,6	7,8	4
	Evaluasi alternatif	9,10	11,12	4
	Keputusan pembelian	13,14	15,16	4
	Prilaku pasca pembelian	17,18	19,20	4
	<b>JUMLAH</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>20</b>

## E. Metode Analisis Data

### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Alat ukur dikatakan valid apabila alat tersebut dapat memberikan pengukuran sesuai dengan maksud dan tujuan (Kerlinger, 2000). Validitas atau kesahihan adalah seberapa jauh alat ukur dapat mengungkap dengan jitu gejala-gejala yang hendak diukur dan seberapa jauh alat pengukur dapat memberikan alat yang diteliti dan dapat menunjukkan dengan sebenarnya gejala atau bagian gejala yang diukur (Hadi, 2000).

Skala yang digunakan dalam penelitian untuk uji validitasnya dengan menggunakan perbandingan kriterium dalam (*internal criterion*) dengan cara mengambil hasil keseluruhan pengukuran atau *total score* sebagai kriteriumnya. Jadi antara faktor nilai dengan nilai total harus terdapat korelasi yang positif, tinggi dan cukup meyakinkan (Hadi, 1991). Teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi *Product Moment*.

Rumus Korelasi *Product Moment Pearson*

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

keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi product moment

N = Jumlah Subyek

$\sum XY$  = Hasil kali X dan Y

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor total

$\sum X$  = Jumlah skor item

$\sum Y$  = Jumlah skor total

Lalu hasilnya digunakan dengan *part whole* untuk menghindari terjadinya *over estimate* (kelebihan bobot). Apabila diperoleh hasil korelasi yang lebih besar atau sama dengan total signifikansi 0,05 berarti aitem tersebut valid, tetapi apabila hasil dari korelasi lebih kecil dari hasil table maka aitem tersebut tidak valid atau gugur. Untuk mengetahui uji validitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan SPSS versi 17 for Windows.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda.

Menurut Arikunto (2002), untuk menguji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach* di mana suatu instrumen dapat dikatakan handal bila memiliki koefisien keandalan atau *alpha* sebesar 0,6 atau lebih, jadi apabila koefisien reliabilitasnya mendekati angka 1,00 itu berarti semakin tinggi reliabilitasnya.

$$R_{tt} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum SD^2 X}{\sum SD^2 Y} \right)$$

keterangan:

k = Jumlah item valid

$\sum SD^2 X$  = Varian Butir

$\sum SD^2 Y$  = Varian Total

## F. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, kemudian data akan diolah. Pengolahan data yang diperoleh dari penelitian dimaksudkan sebagai suatu cara mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga dapat dibaca (*readable*) dan dapat ditafsirkan (*interpretable*). (Azwar, 2004).

Kegiatan pengolahan data dalam penelitian ini, diawali dari proses tabulasi, yaitu suatu proses pembuatan tabel induk yang memuat susunan data penelitian berdasarkan klasifikasi yang sistematis, sehingga lebih mudah untuk dianalisis lebih lanjut. Pada penelitian ini, proses tabulasi dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer, yaitu dengan memakai *Microsoft excel 2007*.

Proses pemasukan data disesuaikan dengan kelompok dan kode variabelnya masing-masing kedalam suatu *data file*, yang mana proses ini dikenal juga sebagai proses *data entry* (Azwar, 2004).

Setelah data penelitian ditabulasikan, perlu dilakukan pengolahan lebih lanjut, karena proses tabulasi belum dapat memberikan informasi yang diinginkan. Guna membantu meningkatkan kecepatan dan ketelitian dalam pengolahan data, maka pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Package for Social Sciens*) versi 17 *for Windows*.

SPSS versi 17 *for windows*, merupakan sebuah program aplikasi yang memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu diskriptif dan kotak-kotak dialog yang sederhana, sehingga mudah untuk dipahami cara pengoperasiannya dan mudah pula dalam membaca interpretasi data yang

ditampilkan. Dan dalam proses analisa data pada penelitian ini digunakan SPSS versi 17 *for windows* (Wahana Komputer, 2003).

Data yang telah diperoleh dari penelitian dianalisis dengan proses pengolahan data dengan menggunakan bantuan SPSS 17 *for windows*, diawali dengan mencari hasil dari validitas dan reliabilitas angket tentang Motivasi konsumen.

Selanjutnya dilanjutkan dengan langkah-langkah berikut ini:

1. Menghitung mean hipotetik ( $\mu$ ):

$$\mu = \frac{1}{2} (i_{\max} + i_{\min}) \sum k$$

Keterangan:

$\mu$  = Rerata Hipotetik

$i_{\max}$  = Skor maksimal item skala

$i_{\min}$  = Skor minimum item skala

$\sum k$  = Jumlah item

2. Menghitung deviasi standart hipotetik :

$$\alpha = \frac{1}{6} (i_{\max} - i_{\min})$$

Keterangan:

$\alpha$  = SD Hipotetik

$i_{\max}$  = Skor maksimal subyek

$i_{\min}$  = Skor minimum subyek

### 3. Mencari Kategori

#### Standard Pembagian Kategorisasi

Kategori	Kriteria
Tinggi	$X \geq (\mu + 1. \sigma)$
Sedang	$(\mu - 1. \sigma) < X \leq (\mu + 1. \sigma)$
Rendah	$X < (\mu - 1. \sigma)$

### 4. Analisis Prosentase

Setelah diketahui kategori pada tiap masing-masing subjek, selanjutnya dilakukan perhitungan prosentase masing-masing tingkatan dengan menggunakan rumus :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P : Prosentase

F : frekuensi

N : Jumlah subjek

### 5. Analisis Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini untuk memprediksi apakah ada hubungan (korelasi) Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian pengguna produk motor merek Yamaha, sehingga dapat diketahui ada atau tidak ada hubungan motivasi konsumen dengan keputusan pembelian produk motor merk Yamaha. Maka dilakukan analisis korelasi *product moment* dari Karl

Pearson dengan menggunakan program SPSS *versi 17.0 for window* untuk dua variabel dan untuk uji hipotesis penelitian.

#### 6. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian kedua variabel terdistribusi secara normal. Pada penelitian ini pengukuran normalitas menggunakan bantuan SPSS *versi 17.0 for window*. Data dikatakan terdistribusi normal jika nilai  $p > 0,05$  (Manurung 2009). Adapun maksud dari uji normalitas ini adalah untuk mengetahui apakah distribusi pada penelitian variabel tergantung telah menyebar secara normal.

#### 7. Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan uji prasyarat yang dilakukan jika akan melakukan analisis kolerasi. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel secara signifikan mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila nilai signifikansi pada linieritas  $< 0,05$  (priyanto,2011)