

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dalam penelitian kuantitatif teknik analisis data yang digunakan sudah jelas yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis. Sebab datanya kuantitatif, maka teknik analisis datanya menggunakan metode statistik. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik (Fatihudin, 2015).

Setelah pengamatan data selesai selanjutnya diadakan analisis, interpretasi serta generalisasi dari temuan-temuan. Untuk membuat analisis diperlukan pengelompokan tabel, atau koding bila menggunakan komputer. Analisis untuk memecahkan masalah melalui estimasi terhadap populasi ataupun pengujian hipotesis nol untuk menjawab pertanyaan penelitian (Fatihudin, 2015)

B. Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dua variabel bebas yang diberikan simbol (X), antara lain kualitas produk dan harga. Sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian konsumen yang diberikan simbol (Y).

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasi kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Pengertian operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi:

1. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya. Kualitas yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen. (Kotler dan Keller, 2016)

Dalam penelitian ini diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Kinerja produk
- b. Keandalan produk
- c. Fitur produk
- d. Daya tahan
- e. Kesesuaian
- f. Kemudahan layanan
- g. Keindahan tampilan produk
- h. Kualitas produk yang dirasakan

2. Harga (X_2)

Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan. (Swastha,2010)

Indikator harga antara lain:

- a. Harga terjangkau
- b. Harga bersaing
- c. Harga sesuai kualitas

3. Variabel Terikat: Keputusan Pembelian (Y)

Variabel keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan untuk membeli dan mempergunakan suatu produk berdasarkan informasi, pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh konsumen.

Dalam penelitian ini diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Yakin dalam pembelian
- b. Mencari informasi lebih lanjut
- c. Merencanakan pembelian
- d. Sesuai keinginan

Dari indikator diatas dapat diukur dengan menggunakan skala

Likert dengan rincian sebagai berikut :

- 1.Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1
- 2.Tidak Setuju (TS) : skor 2
- 3.Ragu – ragu (R) : skor 3
- 4.Setuju (S) : skor 4
- 5.Sangat Setuju (SS) : skor 5

D. Jenis dan Sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif berupa susunan angka yang dapat ditarik kesimpulan dan menggunakan sumber data primer analisis ini dilakukan dengan

pengambilan dan pengumpulan data dengan pembagian kuisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang mewakili variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang berasal dari obyek penelitian, yaitu berupa kuisioner yang diberikan secara langsung kepada responden untuk memperoleh informasi tentang keputusan pembelian. Menurut Anwar (2009) angket atau kuisioner adalah sejumlah pertanyaan atau pernyataan tentang apa yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui dokumentasi seperti literatur dan sumber lainnya.

E. Prosedur Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

1. Angket (*Questionare*)

Merupakan sederetan daftar pertanyaan yang dibuat secara tertulis oleh peneliti untuk memperoleh data atau informasi yang berupa jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden (Fatihudin, 2015:101).

2. Dokumentasi

Merupakan pengumpulan data yang diperoleh melalui catatan atau dokumen (Fatihudin, 2015). Dokumen tersebut diperoleh dari Dealer Honda Motor 99 Surabaya berupa gambaran umum perusahaan, bidang usaha perusahaan dan struktur organisasi Dealer Honda Motor 99 Surabaya.

F. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel erat hubungannya dengan hipotesis, sebab pengujian statistik senantiasa berhubungan dengan sekelompok subjek, baik manusia, gejala, nilai tes, benda-benda atau peristiwa. Populasi adalah keseluruhan elemen atau unsur yang akan kita teliti (Fatihudin, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli sepeda motor Honda Scoopy pada Dealer Honda 99 Surabaya. Batasan sebagai berikut:

- a) Konsumen yang melakukan pengajuan pembelian motor Honda Scoopy
- b) Proses pembelian dilakukan pada bulan Januari-Februari 2018

Berdasarkan data yang diperoleh melalui batasan tersebut jumlah populasi di Dealer Honda Motor 99 Surabaya sebanyak 106 orang.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili keseluruhan populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu sampel diambil dengan maksud atau tujuan tertentu (Fatihudin, 2015). Penentuan besarnya ukuran sampel peneliti ditentukan menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. Al, 1960:182) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(\text{Moe})^2}$$

dimana :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran Populasi

Moe : *Margin Of error* merupakan tingkat kesalahan maksimal yang masih dapat ditoleransi sebesar 5%..

Dengan penjabaran hitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(\text{Moe})^2}$$

$$n = \frac{106}{1+106(5\%)^2}$$

$$n = \frac{106}{1,26} = 84,12$$

$n = 84,12$ dibulatkan menjadi 84 responden

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 84 responden

G. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam suatu penelitian adalah langkah berikutnya setelah pengumpulan data dilakukan. Tentu saja data yang dihimpun tersebut adalah data yang sudah matang, siap diolah, hasil seleksi yang ketat dari peneliti tentang kebenaran, ketepatan dan kesahihannya, apakah sudah sesuai dengan yang dikehendaki dalam penelitian tersebut (Fatihudin, 2015).

Teknik pengolahan data adalah suatu pendekatan atau metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam rangka memecahkan masalah maupun pengujian hipotesis dalam penelitian ini. Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda juga dijelaskan pula mengenai validitas dan reliabilitas. Adapun validitas dan reliabilitas serta analisis Regresi Linier Berganda dilakukan pengujian

menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20.

H. Analisis Data

1. Uji Reliabilitas dan Validitas

a. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengandung pengertian bahwa sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Jadi, kata kunci untuk syarat kualifikasi suatu instrumen pengukuran adalah konsistensi, atau tidak berubah-ubah (Sugiyono, 2004). Rumus umumnya adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \partial^2 b}{\partial^2 t} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Realibilitas instrumen

K = Banyaknya butir pernyataan

$\sum \partial^2 b$ = Jumlah varian butir

$\partial^2 t$ = Varian total

Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2007).

b. Uji Validitas

Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Ferdinand, 2006). Rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment* antara X dan Y

X = Skor pernyataan setiap nomor

Y = Skor total

n = Jumlah responden

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi *pearson product moment* (r) yang mengukur keeratan korelasi antara skor pertanyaan dengan jumlah skor dari variabel yang diamati. Uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi *pearson product moment* (r) digunakan untuk mengetahui korelasi antara item dengan total item penelitian. Di mana ketentuan yang diterapkan adalah bahwa sebuah item kuesioner dinyatakan valid jika nilai r memiliki tingkat signifikan kurang dari 5% (Silalahi, 2009).

2.1 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2011).

Pengajuan normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif

dari kata sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari kata normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali, 2011).

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas ditemukan dan tidak digunakan.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak *ortogonal*. Variabel *ortogonal* adalah variabel bebas yang nilai korelasi anatar sesama variabel bebas sama dengan nol. Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah melihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan nilai *tolerance*. Apabila nilai *tolerance* mendekati 1, serta nilai VIF disekitar angka 1 serta tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dan model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011). Cara mendeteksinya adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu x adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah *standardized*. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah (Ghozali, 2011):

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2011). Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresi disebut juga

regresi berganda. Oleh karena variabel independen diatas mempunyai variabel yang terdiri atas dua variabel, maka regresi dalam penelitian ini disebut regresi berganda.

Persamaan Regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu kualitas produk (X_1), dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).

Rumus matematis dari regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

α = *Constanta*

Y = Keputusan Pembelian

$\beta_{1,2}$ = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

ε = *error disturbances*

a. Uji Kelayakan Model (*Goodnes of fit Models*) / Uji F

1. *Uji Goodnes of Fit*

Uji Goodnes of Fit digunakan untuk menguji kelayakan model yang digunakan dalam penelitian (Ferdinan, 2009). Model *Goodnes of Fit* yang dapat dilihat dari nilai uji F (*analisis of variance* (ANOVA) (Ghozali, 2011). Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua

variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Dimana kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- Jika nilai sig > (α) 0,05, maka model regresi yang dihasilkan tidak baik (tidak layak) maka digunakan pada analisis selanjutnya.
- Jika nilai sig < (α) 0,05, maka model regresi yang dihasilkan baik (layak) untuk digunakan pada analisis selanjutnya.

b. Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Menurut Supranto (2009). Perhitungan ini digunakan untuk mengukur tingkat kontribusi dari variabel bebas secara bersama-sama (simultan) dengan variabel terikat. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi stimulan (R^2), dalam penelitian dengan menggunakan SPSS 21.

R^2 berada antara 0 dan 1 yang berarti:

- Jika $R=1$ atau mendekati 1, berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah sangat kuat atau positif atau searah.
- Jika $R= -1$ atau mendekati 1, berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah sangat kuat namun arahnya negatif atau balik arah.
- Jika $R=0$ atau mendekati 1, berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah sangat lemah atau bahkan tidak memiliki hubungan sama sekali.

c. Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji pengaruh signifikan atau tidaknya variabel produk dan harga terhadap proses pengambilan keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy pada Dealer Honda 99 Surabaya secara parsial digunakan uji hipotesis parsial (uji t). Syarat-syarat daerah penerimaan dan penolakan hipotesis ditetapkan sebagai berikut:

- Pengujian memakai uji satu dengan α sebesar 5%
- Menggunakan distribusi t dengan derajat kebebasan $F = n-k$ dan nilai kritis yaitu $t(\alpha/2, n-k)$
- Hipotesis statistic
 - a) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).
 - b) $H_i : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, artinya ada pengaruh secara parsial antara variabel produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).
- Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis
 - a) Jika nilai sig < 0,05, maka terdapat pengaruh parsial yang signifikan.
 - b) Jika nilai sig < 0,05, maka tidak terdapat pengaruh parsial yang signifikan.