

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di wilayah Cakung Jakarta Timur yang menggunakan sepeda motor Honda. Dalam penelitian ini menggunakan metode survei dengan memanfaatkan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data, karena untuk memperoleh informasi dan data peneliti harus berkomunikasi atau menanyakan pendapat responden atas pernyataan yang tercantum dalam kuesioner. Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2019:2). Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan – penemuan yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur – prosedur statistik atau cara – cara lain dari pengukuran (Sujarweni, 2020:12). Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi menurut (Sujarweni, 2020:80) yaitu keseluruhan jumlah yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut (Bahri, 2018:49) populasi merupakan keseluruhan objek penelitian dan memenuhi karakteristik tertentu. Sasaran populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan sepeda motor Honda yang bertempat tinggal di wilayah Cakung.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel menurut (Bahri, 2018:51) merupakan bagian dari populasi yang diambil menggunakan cara – cara tertentu yang memiliki karakteristik tertentu. Sedangkan menurut (Sujarweni, 2020:81) sampel adalah bagian dari beberapa karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang akan digunakan untuk penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik *Cluster Sampling* yaitu teknik sampling daerah yang digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, misal penduduk dari suatu negara, provinsi, atau kabupaten. Untuk menentukan masyarakat mana yang akan dipilih menjadi sumber data, maka pengambilan sampel dilakukan berdasarkan daerah populasi yang sudah ditetapkan, (Sujarweni, 2020:86). Menurut (Sugiyono, 2019:144) ukuran sampel yang layak dalam penelitian berjumlah antara 30 sampai dengan 500, apabila sampel yang dibagi dalam kategori (misalnya: laki – laki atau wanita, pegawai negeri atau swasta dan lain – lain) maka jumlah anggota sampel dari setiap kategori minimal 30. Jika dalam suatu penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariat*, maka sejumlah anggota sampel yang dibutuhkan minimal berjumlah 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Untuk penelitian eksperimen yang cukup sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing – masing antara 10 s/d 20. Dalam penelitian ini menggunakan analisis *multivariat* sebagai alat ukur sampel dengan korelasi atau regresi berganda. Jumlah anggota sampel yang diambil sebanyak 20 kali dari jumlah variabel yang diteliti, sedangkan variabel yang ada di dalam penelitian ini ada empat (independen + dependen), sehingga jumlah anggota sampel yang di dapat yaitu = $20 \times 4 = 80$.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

Data menurut (Bahri, 2018:79) merupakan sekumpulan informasi yang berasal dari pengalaman, dapat berupa angka, lambang, atau sifat. Sedangkan data dalam penelitian menurut (Sujarweni, 2020:111) merupakan sekumpulan informasi yang diperoleh dari lapangan dan digunakan untuk bahan penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui survei. Data primer merupakan data yang didapatkan dari responden melalui kuesioner, panel, dan kelompok fokus, atau juga data dari hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Kuesioner menurut (Sujarweni, 2020:94) merupakan suatu instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada para responden untuk mereka jawab. Dalam penelitian ini, kuesioner diukur

menggunakan *Skala Likert*, skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang, atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan *Skala Likert*, variabel yang akan diukur dijadikan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan tolak ukur untuk menyusun butir – butir pertanyaan (Sujarweni, 2020:104).

Tabel 3.1 Skor Jawaban Responden

Jawaban	Kode	Nilai Skor
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	SS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2017: 158)

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasional menurut (Bahri, 2018:137) merupakan penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Peneliti perlu menetapkan cara pengukuran variabel tersebut agar dapat memperoleh nilai yang untuk variabel tertentu, proses pengukuran ini disebut operasionalisasi variabel. Sedangkan variabel penelitian menurut (Sugiyono dalam Sujarweni, 2020:75) merupakan suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun operasional variabel dalam penelitian ini meliputi:

1. Persepsi harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang yang diinginkan.
2. Citra merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai acuan yang ada pada pikiran konsumen.
3. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memperlihatkan fungsi sebagai alat transportasi yang dilihat melalui bentuk dan ketahanannya.
4. Keputusan pembelian adalah kegiatan yang mencakup semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum terjadinya transaksi dengan mengidentifikasi kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi

alternatif, dengan tahap proses keputusan pembelian konsumen dimana konsumen membeli dan menggunakan produk atau jasa dengan menentukan apakah ia telah membuat keputusan pembelian.

Berikut ini merupakan variabel yang diukur dan dijelaskan dalam beberapa indikator kemudian dijadikan dasar menyusun item instrumen yang berupa pernyataan dalam kuesioner sebagai berikut :

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	No	Kode
Persepsi Harga (X_1) (Kotler dan Armstrong 2016:78)	Keterjangkauan Harga	1	PH1
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	2	PH2
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	3	PH3
	Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga	4	PH4
Citra Merek (X_2) (Sudirman 2019:5)	Citra Perusahaan	1	CM1
	Citra Pemakai	2	CM2
	Citra Produk	3	CM3
Kualitas Produk (X_3) (Kotler dan Keller 2016:394)	Fitur (<i>Features</i>)	1	KP1
	Kualitas Kinerja (<i>Performance Quality</i>)	2	KP2
	Bentuk (<i>Form</i>)	3	KP3
	Daya Tahan (<i>Durability</i>)	4	KP4
	Kesesuaian Kualitas (<i>Conformance Quality</i>)	5	KP5
	Gaya (<i>Style</i>)	6	KP6
	Keandalan (<i>Reliability</i>)	7	KP7
	Penyesuaian (<i>Customization</i>)	8	KP8
	Kemudahan dalam Perbaikan (<i>Repairability</i>)	9	KP9
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler dan Armstrong 2016:188)	Pilihan Produk	1	KP1
	Pilihan Merek	2	KP2
	Pilihan Penyalur	3	KP3
	Waktu Pembelian Keputusan	4	KP4
	Jumlah Pembelian	5	KP5
	Metode pembayaran.	6	KP6

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan pengolahan data. Data – data yang telah terkumpul akan dianalisis sesuai dengan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian, (Bahri, 2018:155). Sedangkan analisis data menurut (Sujarweni, 2020:121) diartikan sebagai kumpulan data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada di dalam penelitian.

Tahapan awal yang dilakukam yaitu tabulasi data yang sudah diperoleh melalui kuesioner, kemudian data akan diolah. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS 25.0 (Statistical Program for Social Scinences)* untuk mempermudah peneliti dalam mengelola data.

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan analisis yang menggambarkan dan mempelajari tentang tata cara penyusunan dan penyajian suatu data yang dikumpulkan dalam suatu riset (Bahri, 2018:157). Sedangkan menurut (Sugiyono, 2019:206) statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis suatu data dengan cara menggambarkan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan penyajian data responden guna mengetahui jumlah responden yang nantinya akan dibagi sesuai dengan karakteristik jenis kelamin, usia, pendidikan, dan tipe sepeda motor Honda yang digunakan. Lalu data yang sudah diisi oleh responden akan ditampilkan dalam bentuk tabel. Deskripsi variabel digunakan untuk mengetahui apa jawaban responden terhadap variabel persepsi harga, cita merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

1. Deskripsi Responden

Deskripsi responden merupakan suatu cara untuk megambarkan responden dalam suatu penelitian berdasarkan karakteristik yang sudah ditentukan oleh peneliti, yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan, dan tipe

sepeda motor Honda yang digunakan. Lalu karakteristik responden akan disajikan dalam bentuk tabel beserta uraiannya.

2. Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi jawaban responden merupakan proses yang dilakukan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel yang terdiri dari persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis indeks yang menjelaskan responden mengenai butir-butir pernyataan yang diajukan.

3.5.2 Analisis Statistik Data

Analisis data diartikan sebagai kumpulan data yang sudah tersedia kemudian diolah menggunakan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian (Sujarweni, 2020:121). Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan analisis statistik (Sugiyono, 2019:206). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu koefisien determinasi dan uji hipotesis (parsial dan simultan).

3.5.3 Uji Instrumen Penelitian

3.5.3.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut (Bahri, 2018:105) merupakan suatu skala yang menunjukkan tingkat kebenaran dari suatu instrumen. Setiap pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner merupakan instrumen yang digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur kevalidan dari tiap butir pernyataan atau pertanyaan. Suatu instrumen yang valid memiliki validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan kepada 80 responden pengguna sepeda motor Honda di wilayah Cakung. Uji validitas pada setiap pertanyaan apabila r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka instrumen penelitian akan dianggap valid dan jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen penelitian dianggap tidak valid.

3.5.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut (Bahri, 2018:117) digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang menggunakan kuesioner. Tujuannya adalah untuk menilai apakah pengukuran yang digunakan tetap konsisten jika pengukuran di ulang kembali. Alat ukur ya *reliable* mempunyai tingkat reliabilitas tinggi yang ditentukan oleh suatu angka yang disebut koefisien reabilitas berkisaran antara 0 – 1. Semakin tinggi koefisien reliabilitas yaitu mendekati angka satu maka alat ukurnya semakin *reliable*.

3.5.4 Uji Hipotesis

Hipotesis meupakan pernyataan yang masih bersifat sementara dan masih harus diuji kebenarannya (Bahri, 2018:39). Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

3.5.4.1 Koefisien Determinasi

Analisis R^2 (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol sampai satu (0 – 1). Jika nilai R^2 mendekati angka 1 (satu) maka dapat dikatakan bahwa semakin kuat model tersebut dalam menjelaskan variabel – variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika R^2 mendekati angka 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel indepeden menjelaskan variabel dependen. (Priyatno, 2014:125) Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

1. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Kontribusi pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Cakung

$$KD_1 = (r_{Y1.234})^2 \cdot 100\% \dots \dots \dots (3.5)$$

Kontribusi pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Cakung

$$KD_2 = (r_{Y2.341})^2 \cdot 100\% \dots \dots \dots (3.6)$$

Kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Cakung

$$KD_3 = (r_{Y3.412})^2 \cdot 100\% \dots \dots \dots (3.7)$$

2. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Kontribusi pengaruh persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Cakung.

$$KD_4 = (r_{Y1234})^2 \cdot 100\% \dots \dots \dots (3.8)$$

KD_4 = Koefisien determinasi berganda antara persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda di Cakung

3.5.4.2 Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji parsial (uji t) dilakukan dalam rangka untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara variabel independen secara individual terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2020:161). Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah :

- a) Diduga persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda

$H_0 : R^2 = 0$: Persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda

$H_a : R^2 \neq 0$: Persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda

- b) Diduga citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda

$H_0 : R^2 = 0$: Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda

$H_a : R^2 \neq 0$: Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda

- c) Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda

$H_0 : R^2 = 0$: Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda

$H_a : R^2 \neq 0$: Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda

Untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, yaitu sebagai berikut:

H_0 ditolak, H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

H_0 diterima, H_a ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

3.5.4.3 Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Uji stimultan (uji F) pengujian ini dilakukan dalam rangka untuk mengetahui signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi (*sig*) dimana jika nilai *sig* < 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2020:228). Untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersamaan atau stimultan mempengaruhi variabel dependen. Apabila hipotesis penelitian tersebut dinyatakan kedalam hipotesis adalah :

Kriteria uji F yang digunakan sebagai berikut :

H_0 ditolak : $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_0 diterima : $F_{hitung} < F_{tabel}$

Atau

H_0 ditolak : $sig < \alpha$

H_0 diterima : $sig > \alpha$