

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Dalam penelitian ini strategi penelitian yang digunakan adalah strategi penelitian asosiatif. Strategi penelitian asosiatif menurut Sugiyono (2014:55) adalah sebagai berikut : “Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.” Metode asosiatif digunakan untuk dapat mengetahui hubungan antara variabel X_1 (desain produk), X_2 (citra merek), dan variabel X_3 (kualitas produk) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) di Toko Griya Ban Bridgestone.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:80) populasi adalah himpunan yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulan. Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengguna dan pembeli Ban Mobil Merek Bridgestone di Toko Griya Ban Bridgestone, Harapan Indah, Bekasi, yang tidak diketahui.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pemilihan sampel menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria pengguna dan pembeli ban mobil merek Bridgestone yang dipandang oleh peneliti sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.

Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Rao Purba sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan :

- n = Jumlah Sampel
- z = Nilai Z dengan tingkat keyakinan tertentu. Dalam penelitian ini tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% sehingga nilai Z = 1,96 (table distribusi normal)
- Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang dapat ditolerir (dalam penelitian ini 10%)

Perhitungan jumlah sample penelitian sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} \dots\dots\dots (3.2)$$

n = 96,04 atau dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 orang. Jumlah responden tersebut dianggap sudah representative untuk memperoleh data penulisan yang mencerminkan keadaan populasi.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data Penelitian ini adalah semua pembeli ban mobil merek Bridgestone di Toko Griya Ban Bridgestone Harapan Indah Bekasi yang sudah membeli dan menggunakan ban mobil merek Bridgestone.

Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan ini menggunakan data sekunder yaitu berdasarkan teori-teori yang ada dalam sebuah buku yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas yang akan digunakan dalam penelitian ini.

2. Penelitian lapangan

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu dengan cara pengumpulan data-data dengan jalan pendekatan langsung pada objek penelitian, melalui cara-cara berikut :

a. Wawancara

Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan Tanya jawab langsung dengan pembeli dan pengguna ban mobil merek Bridgestone yang merupakan pembeli dari Toko Griya Ban Bridgestone untuk mendapatkan data-data guna keperluan penelitian ini.

b. Kusioner

Penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kusioner berupa pernyataan-pernyataan mengenai desain produk, citra merk dan kualitas produk dengan keputusan membeli dengan menggunakan skala likert

3.4. Operasionalisasi Variabel

Instrument pengumpulan data yang dipilih dalam penelitian ini adalah kusioner yang diberikan langsung pada pembeli dari Toko Griya Ban Bridgestone yang membeli dan menggunakan ban mobil merek Bridgestone. Kusioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden cukup besar untuk dijawabnya. Kusioner yang digunakan adalah kusioner tertutup dimana kusioner sudah disediakan pilihan jawaban (dalam hal ini jawaban berupa: sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju) dan responden langsung dapat memilih jawaban yang tersedia.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas , yaitu desain produk, citra merk, kualitas produk dengan keputusan pembelian. Instrument penelitian ini akan diukur dengan menggunakan *skala likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap pendapat, dan persepsi seseorang. Jawaban setiap item instrument memiliki bobot nilai seperti tercantum pada Tabel 3.1. berikut ini:

Tabel 3.1. Skala Likert

No.	Alternatif jawaban	Nilai skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2014)

Semakin besar jumlah nilai yang diberikan responden untuk tiap faktor, menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Variabel yang diukur dijabarkan kedalam beberapa indikator, dan sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan dalam sebuah kusioner penelitian pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.2. Indikator Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Sub indikator	No. Item
Desain Produk (X ₁)	Bentuk	1. Model Unik	1
		2. Bentuk yang bervariasi	2
	Mutu Kesesuaian	3. Tidak Mudah Goyang	3
		4. Tidak Mudah Pecah	4
Citra Merk (X ₂)	Keunggulan Merek	5. Merupakan merek produk terkenal	5
		6. Merek produk terpercaya	6
	Keunikan Merek	7. Image merek yang baik	7
		8. Banyak Pilihan Jenis	8
Kualitas Produk (X ₃)	Daya Tahan	9. Jangka waktu hidup produk dapat terus digunakan	9
		10. Tidak mudah rusak	10
	Keandalan	11. Cengkraman dan pengendalian lebih baik	11
		12. Mutu terjamin dari setiap jenis ban	12
Keputusan Pembelian (Y)	Pencarian Informasi	13. Pengaruh rekomendasi	13
		14. Sumber dari rekan	14
	Penilaian alternative	15. Pertimbangan tertentu	15
		16. Informasi dapat diakses di Web	16

Sumber : Kotler dan Keller (2013)

3.4.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat di uji dengan mengkorelasikan antar skor yang diperoleh masing-masing butir pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Instrument yang diberikan kepada Toko Griya Ban Bridgestone sebagai sampel penelitian. Data yang diperoleh ditabulassikan kemudian dilakukan analisa faktor untuk pengujian construct validity dengan metode sederhana, yaitu mengkoralisikan antara skor item instrument dalam suatu faktor, dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total. Apabila hasilnya sebesar 0,30 keatas, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas kontruksi yang baik.

3.4.2. Uji Realibilitas

Untuk uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan atau hasil pengukuran konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap obyek dan alat ukur yang sama. Menurut Sofyan Siregar kriteria suatu instrument penelitian dikatakan relibel dengan menggunakan metoda *Cronbach Alpha* > 0,6. Pengujian reabilitas instrument dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 25.0.

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Pengolahan Data

Data hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran kusioner, akan diolah dengan SPSS versi 25.0. Program SPSS digunakan karena akan mempermudah melakukan analisa data statistik dalam penelitian ini.

3.5.2. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk tabel, penyajian data dalam bentuk tabel adalah kata-kata dan bilangan yang tersusun

secara sistematis, urut ke bawah dalam lajur dan deret tertentu dengan garis pembatas sehingga mudah untuk memahami dan menganalisa data yang disajikan.

3.5.3. Analisa Statistika Data

Analisis statistic data digunakan sebagai alat dalam penelitian agar tepat dalam melakukan analisis data berdasarkan jenis data dan bentuk hipotesis. Analisis data yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian analisis koefisien korelasi secara parsial dan berganda serta pengujian hipotesis.

3.5.3.1. Analisis koefisien korelasi parsial

Analisis koefisien korelasi parsial merupakan alat analisis yang dapat digunakan apabila dalam suatu penelitian terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial dihitung untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

- 1) Korelasi parsial antara X₁ dengan Y (X₂ dan X₃ konstan)

$$r_{Y1.23} = \frac{r_{y1} - (r_{y2} \cdot r_{y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{1 - (r_{y2})^2 \cdot (1 - (r_{y3})^2) \cdot (1 - (r_{y123})^2)}} \dots\dots\dots (3.3)$$

- 2) Korelasi parsial antara X₂ dengan Y (X₁ dan X₃ konstan)

$$r_{Y2.13} = \frac{r_{y2} - (r_{y1} \cdot r_{y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{1 - (r_{y1})^2 \cdot (1 - (r_{y3})^2) \cdot (1 - (r_{y123})^2)}} \dots\dots\dots (3.4)$$

- 3) Korelasi Parsial antara X₃ dengan Y (X₁, dan X₂ Konstan)

$$r_{Y3.12} = \frac{r_{y3} - (r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{123})}{\sqrt{1 - (r_{y1})^2 \cdot (1 - (r_{y2})^2) \cdot (1 - (r_{y123})^2)}} \dots\dots\dots (3.5)$$

Keterangan :

r_{Y1} = koefisien korelasi sederhana antara X₁ dengan Y

$$= \frac{\sum x_{1i} y_i}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}} \dots\dots\dots (3.6)$$

r_{Y2} = koefisien korelasi sederhana antara X₂ dengan Y

$$= \frac{\sum x_{2i} y_i}{\sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}} \dots\dots\dots (3.7)$$

r_{Y3} = koefisien korelasi sederhana antara X_3 dengan Y

$$= \frac{\sum x_{3i} y_i}{\sqrt{\sum x_{3i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}} \dots\dots\dots (3.8)$$

r_{123} = koefisien korelasi sederhana antara X_1, X_2 dengan X_3

$$\frac{\sum x_1 x_2 x_3}{\sqrt{\sum x_1^2} \sqrt{\sum x_2^2} \sqrt{\sum x_3^2}} \dots\dots\dots (3.9)$$

X_1 = Selisih skor variabel harga butir i (X_{1i}) dengan rata-rata skor variabel harga \bar{x}_1 atau ($X_{1i} - \bar{x}_1$)

X_2 = Selisih skor variabel harga butir i (X_{2i}) dengan rata-rata skor variabel harga \bar{x}_2 atau ($X_{2i} - \bar{x}_2$)

X_3 = Selisih skor variabel harga butir i (X_{3i}) dengan rata-rata skor variabel harga \bar{x}_3 atau ($X_{3i} - \bar{x}_3$)

Y_i = Selisih skor variabel harga butir i (Y_i) dengan rata-rata skor variabel harga \bar{y}_3 atau ($X_{3i} - \bar{Y}_1$)

$$\bar{X}_1 = \sum_{i=1}^n X_{1i}$$

= Rata – rata skor variabel desain produk (X_1)

$$\bar{X}_2 = \sum_{i=1}^n X_{2i}$$

= Rata – rata skor variabel citra merek (X_2)

$$\bar{X}_3 = \sum_{i=1}^n X_{3i}$$

= Rata – rata skor variabel kualitas produk (X_3)

X_1 = Desain produk

X_2 = Citra Merek

X_3 = Kualitas Produk

Y = Keputusan Pembelian

3.5.3.2. Analisis koefisien korelasi berganda

Digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X (desain produk, citra merk, kualitas produk) dengan variabel Y (keputusan pembelian) secara simultan.

$$r_{Y123} = \sqrt{\frac{(r_{Y1})^2 + (r_{Y2})^2 + (r_{Y3})^2 - 2(r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{Y3})}{1 - (r_{123})^2}}$$

Nilai koefisien korelasi berkisar dari -1 sampai 1. Interpretasi bagi nilai koefisien korelasi (r) tertentu adalah :

- Jika r mendekati 1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan positif
- Jika r mendekati -1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan negatif
- Jika r mendekati 0, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y tidak terdapat pengaruh atau sangat lemah.

Oleh karena itu, jika nilai r mendekati -1 atau 1, maka hubungan antara dua variabel semakin kuat. Sebaliknya, jika nilai r semakin menjauh dari -1 atau berarti hubungan antar variabel akan semakin lemah. Tabel 3.3. berikut menunjukkan interpretasi koefisien korelasi yang spesifik.

Tabel 3.3. Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber ; Sugiyono (2014:192)

3.6. Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014:257) Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengujian hipotesis secara parsial.

a. Hubungan X_1 dengan Y

$H_0: \rho_{y123} \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara desain produk dengan keputusan pembelian).

$H_a : \rho_{y123} > 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara desain produk dengan keputusan pembelian).

b. Hubungan X_2 dengan Y

$H_0: \rho_{y213} \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merk dengan keputusan pembelian).

$H_a : \rho_{y213} > 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian).

c. Hubungan X_3 dengan Y

$H_0: \rho_{y312} \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian).

$H_a : \rho_{y312} > 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian).

Untuk menguji hubungan variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai Significance t dibandingkan dengan taraf nyata α ($5\%=0,05$), dengan kriteria :

H_0 ditolak, jika Significance t $< 0,05$ dan

H_0 diterima, jika Significance t $\geq 0,05$

2. Pengujian simultan

$H_0 : \rho_{y123}, \rho_{y213}, \rho_{312} \leq 0$ (secara simultan tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara desain produk, citra merek, kualitas produk dengan keputusan pembelian)

$H_a : \rho_{y123}, \rho_{y213}, \rho_{312} > 0$ (secara simultan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara desain produk, citra merek, dan kualitas produk dengan keputusan pembelian)

Untuk menguji hubungan variabel bebas dan variabel terikat secara simultan, dilihat dari nilai *significance F* dibandingkan dengan taraf nyata α (5% = 0,05), dengan kriteria :

H_0 ditolak, jika *significance F* < 0,05 dan

H_0 diterima, jika *significance F* \geq 0,05