

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Menurut Sangadji dan Sopiah (2010: 288) desain penelitian adalah rancangan utama penelitian yang menyatakan metode- metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data. Penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian dengan deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan.

Pengertian desain penelitian deskriptif menurut Sanusi (2011: 13) adalah desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambar secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian. Sedangkan pengertian kuantitatif menurut Sugiyono (2012: 7) dapat diartikan sebagai metode yang sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian, metode yang berlandaskan pada filsafat positivise, metode yang telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis, metode yang dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru, dan metode yang data penelitiannya berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Penelitian ini dilakukan dengan kausal yaitu tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih yang meliputi variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2012: 37), dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario dimasyarakat Kota Batam.

3.2. Operasional Variabel

Operasional variabel adalah batasan atau spesifikasi dari variabel- variabel penelitian yang secara nyata berhubungan dengan realitas yang akan diukur dan merupakan manifestasi dari hal- hal yang akan diamati peneliti berdasarkan sifat yang didefinisikan dan diamati sehingga terbuka untuk diuji kembali oleh orang atau peneliti lain menurut Nazir (2009: 126) menyatakan bahwa definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau mempesifikasi kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut.

Menurut Sugiyono (2012: 38) menyimpulkan bahwa variabel penelitian adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan ditarik kesimpulan.

3.2.1. Variabel Dependen

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang memberikan respon/ reaksi jika dihubungkan dengan variabel bebas (sugiyono, 2012 : 39). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian masyarakat Tembesi. Adapun Indikator keputusan pembelian menurut kotler dan ketller (2008:185) yaitu :

1. Timbulnya kebutuhan
2. Proses pencarian informasi konsumen
3. Evaluasi merek
4. Pembelian
5. Evaluasi purna pembelian

3.2.2. Variabel Independen

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi sebab variabel terikat yang dipandang sebagai akibatnya (sugiyono, 2012:39). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah:

1. Iklan

Dalam penelitian ini menggunakan lima indikator iklan menurut Frank Jefkins (2009:227) yaitu:

1. Pesan iklan
2. Naskah iklan
3. Desain iklan

4. Model iklan
 5. Warna dan Musik iklan
2. Citra merek

Indikator yang mencirikan citra merek yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator menurut Tjiptono (2011: 97)

1. *Brand awareness*
2. *Perceived quality*
3. *Brand associations*
4. *Brand loyalty*

Secara keseluruhan variabel, definisi variabel, indikator variabel dan skala pengukuran data akan disajikan pada Tabel 3.1:

Tabel 3.1. Operasional Variabel Penelitian

| Variabel Penelitian | Definisi | Indikator | Skala |
|-------------------------------|---|---|--------|
| Iklan (X ₁) | Iklan adalah segala bentuk persentasi non pribadi dan promosi gagasan, barang atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar (kotler & keller, 2007:244). | 1. Pesan iklan 2. Naskah iklan 3. Desain iklan 4. Model Iklan 5. Warna dan Musik iklan (Frank Jefkins, 2009:227) | Likert |
| Citra merek (X ₂) | Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen (kotler & keller, 2007: 346). | 1. <i>Brand awareness</i> 2. <i>Perceived quality</i> 3. <i>Brand associations</i> 4. <i>Brand loyalty</i> (Tjiptono, 2011: 97) | Likert |

| | | | |
|-------------------------|---|--|--------|
| Keputusan Pembelian (Y) | Keputusan pembelian adalah merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan berupa pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penjual, waktu dan jumlah pembelian (Suryani, 2012: 11). | 1. Timbulnya kebutuhan 2. Proses pencarian informasi 3. Evaluasi merek 4. Pembelian 5. Evaluasi purna pembelian (Abdullah dan Tantri, 2012: 135) | Likert |
|-------------------------|---|--|--------|

Sumber: peneliti, 2016

3.3. Populasi dan sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012: 115) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari atau seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri- ciri tertentu yang dapat digunakan untuk menentukan kesimpulan.

Populasi mengacu kepada keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2006: 121). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Batam yang telah melakukan pembelian sepeda motor Honda Vario di dealer MPM Tanjung Uncang.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012 :81). Dikarenakan sampel merupakan bagian dari populasi dan kesimpulan yang dihasilkan yang diperlakukan untuk populasi, maka sampel yang diambil harus *representatif* (mewakili). Dalam penelitian ini melihat jumlah populasi tidak diketahui jumlah responden, maka peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2012: 84) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria atau pertimbangan-pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012: 85). Kriteria calon responden adalah konsumen yang menggunakan dan membeli Honda Vario di dealer MPM Tanjung Uncang tiga bulan terakhir Juli- September 2016 yaitu 145 konsumen.

Berdasarkan pedoman diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 145 responden. Ukuran sampel memegang peranan penting dan menghasilkan dasar untuk mengestimasi kesalahan sampling.

3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam hal ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung dan mengajukan daftar pertanyaan kepada objek peneliti. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya (Sangadji dan Sopiah, 2011:171)
2. Data sekunder adalah data yang bersumber dari hasil penelitian orang lain yang dibuat untuk maksud berbeda (Sangadji dan Sopiah, 2011:172)

Dalam penelitian ini data primer dibuat dari penyebaran kuisisioner secara langsung kepada responden yaitu masyarakat kota Batam. Sugiyono (2012: 142) menyatakan bahwa kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari arsip atau dokumen yang bersumber dari data sekunder bersumber dari studi pustaka melalui berbagai jurnal, artikel majalah pemasaran, maupun artikel yang diambil dari internet serta data yang diambil dari dealer PT.MPM.

3.4.2. Alat Pengumpul Data

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi

seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012: 142)

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Sanusi (2011: 59) skala *likert* yaitu skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pernyataan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.

Dengan skala *likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolok ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Menurut Sugiyono (2012: 93), menyatakan bahwa: Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata dengan diberi skor, Berikut ini adalah titik dari skala likert :

Tabel 3.2. Skala *likert*

| Bobot | Skala <i>Likert</i> |
|-------|---------------------------|
| 1 | STS (Sangat Tidak Setuju) |
| 2 | TS (Tidak Setuju) |
| 3 | N (Netral) |
| 4 | S (Setuju) |
| 5 | SS (Sangat Setuju) |

Sumber: Sugiyono (2012: 94)

Pada penelitian ini responden harus memilih salah satu dari kelima alternatif diatas. Nilai yang diperoleh akan ditotal dan total tersebut ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala likert ini.

3.5. Metode Analisi Data

Setelah data terkumpul, maka tahap selanjutnya adalah analisis data. Dalam hal ini data diolah sehingga terungkap kebenaran yang akan menjawab persoalan yang diajukan dalam penelitian.

3.5.1. Analisa Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2012: 147).

Termasuk kedalam data deskriptif adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan prosentase (Sugiyono, 2012: 148)

3.5.2. Uji Kualitas Data

3.5.2.1. Uji Validitas Data

Validitas diartikan sebagai ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu alat ukur dikatakan valid jika mampu memberikan skor yang akurat-teliti yaitu mampu secara cermat menunjukkan ukuran besar- kecilnya atau gradasi dari suatu gejala (Rianse dan Abdi, 2012: 160)

Dalam penelitian ini pengujian yang digunakan adalah korelasi *Person Product Moment* yaitu mengkorelasikan masing – masing skor item dengan skor total. Pengujian dilakukan dengan dua sisi dengan taraf signifikan 5%. artinya suatu item dianggap memiliki tingkat valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item (Wibowo, 2012: 35).

Besaran nilai koefisien korelasi *pearson product moment* dapat diperoleh

$$r_{ix} = \frac{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2] [n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}$$

Rumus 3.1. *Pearson Product Moment*

Sumber: Wibowo (2012: 37)

Dimana:

r_{ix} = angka korelasi

i = skor item

x = skor total dari x

N = jumlah banyaknya subjek

Kriteria pengujiannya adalah:

1. Apabila r hitung $>$ dari r tabel maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila r hitung $<$ dari r tabel maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Azwar dalam Wibowo (2012: 52) reabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih.

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuisoneer (Priyatno, 2012: 120). Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuisoneer adalah dengan menggunakan Rumus Koefisien Alfa dari Cronbach, dengan rumus :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Rumus 3.2. *Cronbach`s Alpha*

Sumber : Wibowo (2012: 52)

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

K = Banyaknya butir soal

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varians butir

$\sum \sigma_t^2$ = Varians total

3.5.3. Uji Asumsi

Uji asumsi digunakan untuk memberikan pre test atau uji awal terhadap suatu perangkat atau instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data, bentuk data, dan jenis data yang akan diproses lebih lanjut (Wibowo, 2012: 61).

3.5.3.1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan membentuk lonceng, *bell shaped curve* (Wibowo, 2012: 61).

Suatu data dikatakan tidak normal jika memiliki nilai yang ekstrime atau biasanya jumlah data yang terlalu sedikit. Jika melihat pada diagram normal *P – P plot regressed standardized*, keberadaan titik-titik berada disekitar garis, demikian pula jika memiliki titik-titik tersebut menyebar, hal ini menunjukkan bahwa model tersebut berdistribusi normal.

3.5.3.2. Uji Kolmogorov-Smirnov

Wibowo (2012: 72) menyatakan untuk lebih meyakinkan bahwa data benar-benar memiliki distribusi normal direkomendasi untuk menguji lagi dengan menggunakan uji *numeric*, yaitu mengambil besaran nilai kuantitatif yang diperbandingkan. Uji ini diperlukan untuk lebih meyakinkan dibandingkan

peneliti hanya mengutamakan pendekatan gambar dan grafik. Salah satu uji yang digunakan adalah uji *Kolmogorov – Smirnov*.

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *SPSS* sedangkan metode yang digunakan di sini adalah *One Sampel Kolmogorov Smirnov Test*. Cara untuk mengetahui apakah sebaran skornya berdistribusi normal atau tidak adalah dengan melihat nilai signifikansinya. Jika signifikansi kurang dari 0,05, maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Tetapi jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal (Priyatno, 2012: 39)

3.5.3.3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas. Dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi Multikolinearitas, maksudnya tidak boleh ada kolerasi variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut, jika pada model tersebut terjadi gejala Multikolinearitas itu berarti sesama variabel bebas terjadi korelasi (Wibowo, 2012: 87)

3.5.3.4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketidak samaan varian dari residu pada model regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya Heteroskedastisitas (Wibowo, 2012: 93).

Menurut Priyatno (2012:87) heteroskedastisitas adalah varian residu yang tidak sama pada semua pengamatan dalam model regresi. Suatu model dikatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas jika nilai probabilitas atau signifikannya lebih dari 0,05 (Wibowo, 2012: 101)

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Wibowo (2012: 126) analisis regresi berganda pada dasarnya merupakan analisis yang memiliki pola teknis dan substansi yang hampir sama dengan analisis regresi linear sederhana. Model regresi linear berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya.

Dalam penggunaan analisis ini beberapa hal yang bisa dibuktikan adalah bentuk dan arah hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen, serta dapat mengetahui nilai estimasi atau prediksi nilai dari masing-masing nilai variabel independen terhadap variabel dependennya jika suatu kondisi terjadi. Kondisi tersebut adalah naik turunnya nilai masing-masing variabel independen itu sendiri yang disajikan dalam model regresi.

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

Rumus 3.3.
Regresi Linear Berganda

Sumber: Wibowo (2012: 127)

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Keputusan Konsumen)

a = Nilai Konstanta

b = Nilai Koefisien Regresi

X1 = Variabel Independen Pertama (Iklan)

X2 = Variabel Independen kedua (Citra Merek)

Xn = variabel Independen ke-n

3.5.4.2. Analisis Determinasi (R^2)

Menurut Wibowo (2012: 135) analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau presentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Jika koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Nilai koefisien determinasi (R^2)= 1, artinya variabel-variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2)= 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan variasi-variasi dependen.

3.5.5. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan suatu hal yang harus diuji kebenarannya, hipotesis dapat dimunculkan untuk menduga suatu kejadian tertentu dalam suatu

bentuk persoalan yang dianalisis dengan menggunakan analisis regresi (Wibowo, 2012: 123). Pernyataan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1: Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat.

H2: Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat.

H3: Iklan dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat.

3.5.5.1. Uji T

Uji t ini digunakan untuk mengukur apakah dalam model regresi variabel bebas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Priyatno, 2012: 90). Rumusnya adalah:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3.4. Uji t

Sumber: Sugiyono (2012: 184)

Dimana :

t = Nilai t_{hitung} yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

r = korelasi parsial yang ditemukan

n = jumlah sampel

Kriteria penilaian uji t adalah :

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen.

3.5.5.2. Uji-F

Menurut Priyatno (2012: 89), uji F ini digunakan untuk mengukur apakah variabel bebas secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Hipotesis dalam pengujian ini, sebagai berikut :

H_0 = Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y

H_a = Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y

Kriteria penilaian uji F dengan membandingkan F tabel :

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

F_{hitung} dapat dicari dengan rumus :

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

Rumus 3.5. Uji F

Sumber : Sugiyono (2012: 192)

Dimana :

R = Koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel idenpenden

n = anggota sampel

3.6. Lokasi Dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian penulis adalah PT MITRA PISTHIKA MUSTIKA Tbk (MPM) yang bertempat di Komp. Ruko Fanindo Blok A No. 1 & 2, Tanjung Uncang, Batam.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian dilakukan kurang lebih hampir 5 bulan mulai September 2016 sampai bulan Januari 2017 hingga berakhirnya tugas dalam penulisan skripsi ini. Jadwal penelitian bisa dilihat menggunakan tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3. Jadwal Penelitian

| Kegiatan | Tahun/ Pertemuan ke/ Bulan | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|----------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|
| | 2016 | | | | | | | | | | 2017 | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| | Sep | Okt | Okt | Okt | Okt | Nov | Nov | Nov | Des | Des | Jan | Jan | Jan | Jan |
| Perancangan | | | | | | | | | | | | | | |
| Studi Pustaka | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan Kuesioner | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyerahan Kuesioner | | | | | | | | | | | | | | |
| Bimbingan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyelesaian Skripsi | | | | | | | | | | | | | | |

Sumber: Peneliti, 2016