

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian merupakan cetak biru bagi peneliti. Desain penelitian menggambarkan secara singkat tentang metode penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif bermaksud memberikan penjelasan hubungan kausalitas antar variabel melalui pengujian hipotesis.

Menurut Sugiyono (2012:7) metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian berupa angka-angka dan di analisis menggunakan statistic serta memenuhi kaedah-kaedah ilmiahnya itu kongkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Menurut Sanusi (2011:14) desain penelitian kausalitas adalah penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel.

Lanjut menurut Martono (2011:131) desain penelitian adalah penjelasan mengenai berbagai komponen yang akan di gunakan peneliti serta kegiatan yang akan di lakukan selama proses penelitian. Menurut Nazir (2013:84) desain penelitian adalah semua proses yang di perlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Di dalam penelitian ini digunakan dua jenis variabel yang terdiri dari variabel eksogen (variabel bebas/independen) yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3) dan variabel endogen (variabel terikat/dependen) yaitu Keputusan pembelian (Y).

### 3.2 Oprasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012:38) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulan, Operasional dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Kualitas produk

Untuk menghasilkan produk yang yang berkualitas, perusahaan di harapkan dapat menghasilkan produk yang ideal, sesuai dengan apa yang masyarakat inginkan dari produk tersebut. Karena produk sebagai presepsi konsumen yang di jabarkan oleh produsen melalui konsumennya (Tjiptono, 2008:40). Indikator menurut Tjiptono (2014:76-77) sebagai berikut:

**Tabel 3. 1** Indikator Kualitas Produk

Variabel Produk	Operasional variabel	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya	. <i>Performance</i> (Kinerja) . <i>Features</i> (Fitur) . <i>Reliability</i> (keandalan) . <i>Durability</i> (daya tahan) . <i>Aesthetics</i> (estetika) <i>perceived quality</i> (Presepsi terhadap kualitas)	<i>Summated Rating Scale Likert (interval)</i>

**Sumber:** (Tjiptono, 2014:76-77) di adopsi oleh Peneliti 2018

#### 2. Harga

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk ataupun jasa, karena harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan

suatu produk atau jasa. Menurut Malau (2016:125) harga adalah alat pengukur dasar sebuah system ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Indikator harga menurut Tjiptono (2014:194-196) sebagai berikut :

**Tabel 3. 2** Indikator Harga

Variabel Produk	Operasional variabel	Indikator	Skala
Harga (X2)	Jumlah yang di tetapkan perusahaan pada suatu produk.	Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk Harga merupakan aspek yang tampak jelas bagi para pembeli Harga berkaitan langsung dengan pendapatan dan laba Harga bersifat fleksibel Harga mempengaruhi citra dan strategi positioning	<i>Summated Rating Scale Likert (interval)</i>

**Sumber:** (Tjiptono, 2014:194-196) di adopsi oleh Peneliti 2018

### 3. Promosi

Promosi merupakan bagian yang sangat penting dalam manajemen pemasaran, dimana promosi dapat dijadikan strategi khusus untuk memperkenalkan dan mengkomunikasikan produk perusahaan kepada konsumen. Sehingga konsumen tahu akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan, Promosi merupakan elemen atau bagian dari pemasaran yang di gunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumennya (Morissan, 2010: 25). Indikator promosi menurut Lupiyuoadi & A.hamdani (2011:121-122) sebagai berikut :

**Tabel 3. 3** Indikator Promosi

Variabel Produk	Operasional variabel	Indikator	Skala
Promosi (X3)	Unsur promosi yang di lakukan oleh perusahaan.	Promosi penjualan Hubungan masyarakat Informasi dari mulut ke mulut Penawaran langsung	<i>Summated Rating Scale Likert (interval)</i>

**Sumber:** Lupiyuoadi & A.hamdani (2011:121-122) di adopsi oleh Peneliti 2018

#### 4. Keputusan pembelian

Menurut Dharmmesta & Handoko (2008:110) keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, maka konsumen harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Indikator promosi menurut Lupiyuoadi & A.hamdani (2011:121-122) sebagai berikut:

**Tabel 3. 4** Indikator Keputusan Pembelian

Variabel Produk	Operasional variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Proses keputusan yang dilalui pembeli ketika melakukan pembelian terdiri dari pengenalan kebutuhan.	Faktor psikologis Pengaruh faktor situasional Pengaruh faktor sosial	<i>Summated Rating Scale Likert (interval)</i>

**Sumber:** Lupiyuoadi & A.hamdani (2011:121-122) di adopsi oleh Peneliti 2018

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Martono (2011:74) Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu

berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan di teliti.

Sunyoto (2012b: 47) mengemukakan bahwa populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek (satuan atau individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Satuan atau individu disebut unit analisis, bisa berupa orang, rumah tangga, tanah pertanian dan sebagainya dalam bentuk biasa dipakai dalam survei.

Sedangkan menurut Rianse & Abdi (2008:189) keseluruhan objek penelitian bagaimana di uraikan tersebut, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:80).

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa populasi merupakan objek atau subjek yang memenuhi syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengguna pembeli sepeda motor Honda *Beat* dari tahun 2017 hingga sekarang yang berjumlah 426.

### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah anggota-anggota yang terpilih untuk dilibatkan dalam stentang yang sedang teliti (Indrawati, 2015:164). Menurut Martono (2011:74) sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki cirri-ciri atau keadaan tertentu yang akan di teliti atau anggota populasi yang di pilih menggunakan prosedur tertentu sehingga di harapkan dapat mewakili populasi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan nonprobability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2009: 120).

Pengambilan sampel diambil dengan menggunakan metode *sampling purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:85). Adapun pertimbangan-pertimbangan syarat yang di gunakan dalam pengambilan sampel dengan metode *purpove sampling* adalah sebagai berikut:

1. Telah menggunakan jasa service minimal dua kali.
2. Pelanggan service sepeda motor Honda *Beat*
3. Tetap menggunakan jasa servis dalam jangka waktu tertentu
4. Pengguna sepeda motor Honda *Beat*

Dalam menentukan ukuran sampel penelitian, slovin memasukan unsur kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat di toleransi, nilai toleransi ini di nyatakan dalam presentase misalnya 5% (Sanusi, 2011:101). Rumus yang di gunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

**Rumus 3. 1 Slovin**

**Sumber :** (Sanusi, 2011:101)

Keterangan :

$n$  = Jumlah elemen/anggota sampel

$N$  = Jumlah elemen/anggota populasi

$e$  = Eror level (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya di gunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,10 (catatan: dapat di pilih oleh peneliti).

Sampel dari penelitian ini adalah bagian dari jumlah populasi pengguna service motor PT capella Dinamika Nusantara Batam dari tahun 2017 hingga sekarang berjumlah 500. Dengan menggunakan rumus slovin di atas, dengan tingkat kesalahan 5% maka dapat di peroleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{500}{1 + 500 \cdot (0.05)^2}$$

$$n = \frac{500}{1 + 1,25}$$

$$n = \frac{500}{2,25}$$

$$n = 200$$

### 3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini teknik yang di gunakan dalam pengambilan data dengan dua cara yaitu data primer dan data skunder:

##### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang di kumpulkan sendiri dari perorangan atau suatu organisasi ssecara langsung dari objek yang di teliti untuk kepentingan studi yang bersangkutan (Situmorang *et al*, 2010:2). Data yang di peroleh langsung dari sumber yang bersangkutan, dengan membagikan koesioner kepada pengguna motor Honda *Beat*.

## 2. Data Sekunder

Data skunder yaitu data yang di kumpulkan dengan mengoleksi berbagai data yang berhubungan dengan hasil-hasil penelitian dari berbagai sumber yang relavan dengan penelitian (Rianse & Abdi, 2008:222).

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015:142). Kuesioner (kadang disebut sebagai formulir waawancara, instrumen pengukur, dan instrumen survey) merupakan suatu teknik yang terstruktur untuk mengumpulkan data yang terdiri atas beberapa pertanyaan baik verbal maupun tulisan yang akan dijawab oleh responden.

Menurut Muhidin (2009:25) kuesioner juga di kenal sebagai angket yang merupakan salah satu tehnik pengumpulan data dalam bentuk pengajuan pertanyaan tertulis melalui sebuah daftar pertanyaan yang sudah di persiapkan sebelumnya, dan harus di isi oleh responden.

Kuesioner (angket) yang ditujukan kepada responden menggunakan skala likert dengan bentuk *checklist*. Skala likert ini meminta responden untuk merespon sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju tentang satu objek yang dipersepsikan.

Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variabel. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk

menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Berikut tabel 3.5 skor skala likert dalam bentuk *checklist*:

**Tabel 3. 5** Skala Likert

<b>Pernyataan</b>	<b>Bobot</b>
<b>Sangat Tidak Setuju (STS)</b>	1
<b>Tidak Setuju (TS)</b>	2
<b>Netral (N)</b>	3
<b>Setuju (S)</b>	4
<b>Sangat Setuju (SS)</b>	5

**Sumber:** (Sugiyono, 2009)

### **3.6 Metode Analisis Data**

Dalam penelitian ini, metode analisis yang akan digunakan untuk memperoleh keterangan tentang besarnya kekuatan variabel independen terhadap variabel dependen adalah dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Metode analisis ini terdiri dari metode analisis deskriptif dan uji kualitas data. Analisis ini menggunakan program SPSS versi 21, beberapa pengujian terhadap data yang akan dianalisis untuk memberikan gambaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### **3.7 Analisis Deskriptif**

Deskripsi data (gambaran variabel) mendeskripsikan variabel penelitian, digunakan kriteria tertentu yang mengacu pada rata-rata skor kategori angket yang diperoleh responden (Muhidin & Abdurahman, 2009:146). Pengumpulan skor kategori digunakan sesuai dengan lima kategori skor yang dikembangkan dalam skala likert dan digunakan dalam penelitian.

### **3.7.1 Uji Kuesioner**

Sebelum menganalisis dan menginterpretasi terlebih dahulu harus dilakukan uji kuesioner yang terbagi menjadi 2 (dua) yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, sebagai berikut:

#### **3.7.1.1 Uji Validitas Data**

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat mengukur itu mengukur apa yang ingin di ukur (Situmorang et al., 2010:68). Validitas adalah hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang di teliti. Sampel yang di gunakan sekitar 30 orang (Sugiyono, 2015:121 - 125). Uji validitas digunakan untuk mendapatkan data apa yang seharusnya di ukur, Pengujian pengalaman empiris di tunjukkan pada pengujian validitas eksternal dan jumlah anggota.

Alat ukur dikatakan valid jika mampu memberikan skor yang akurat dan teliti yaitu mampu secara cermat menunjukkan ukuran besar kecilnya dan gradasi dari suatu gejala pada validitas terdapat dua unsure yaitu ketepatan dan ketelitian (Rianse & Abdi, 2008:160)

Kriteria diterima atau tidaknya suatu data valid atau tidak (Wibowo & Djojo, 2012), jika:

1. Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.

2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

Menurut Ghozali (2009:49-51) mengatakan ada 3 cara untuk mengukur validitas yaitu :

1. Melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.
2. Melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk.
3. Uji dengan *Confirmatory factor analysis* (CFA).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan cara pertama yaitu, dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.

Suatu instrument yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Dalam uji validitas dapat digunakan *Statistical Package for the Social Science* (SPSS)

### **3.7.1.2 Uji Reabilitas Data**

Uji reliabilitas suatu pengukuran di katakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat, uji reabilitas di lakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur sehingga hasil suatu pengukuran dapat di percaya.

Uji reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu koefisien yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu koefisien dikatakan

reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten (Ghozali, 2009:45)

Menurut Situmorang *et al* (2010:73-75) Teknik perhitungan reabilitas di antaranya sebagai berikut:

1. Teknik pengukuran ulang (*test reset*)

Kita harus meminta responden yang sama agar menjawab semua pertanyaan dalam alat ukur sebanyak dua kali.

2. Teknik belah dua (*split half*)

Bila kita ingin menggunakan teknik belah sebagai cara untuk menghitung dengan alat ukur, maka alat pengukur yang kita susun memiliki banyak item sekitar 50-60 adalah jumlah yang cukup memadai.

3. Teknik bentuk paralel

Pada teknik ini perhitungan reabilitas di lakukan dengan dua jenis alat pengukur yang mengukur aspek yang sama.

4. *Internal consistency reliability*

Berisi tentang sejauh mana item-item instrumen bersifat homogeny dan mencerminkan “*construct*” yang samasesuai dengan yang melandasinya, pada saat ini yang banyak di gunakan *croanbach alpha*.

Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai croanbach alpha > 0,60 dalam (Ghozali, 2009:46). Maka dalam hal ini peneliti menggunakan Pengukuran reabilitas menggunakan metode *Cronbatch alpha* dapat di lihat pada gambar 3.2.

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \cdot \left[ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right]$$

**Rumus 3. 2 Cronbach Alpha**

**Sumber :** (Rianse & Abdi, 2008:180)

$r_{11}$  = Reabilitas instrumen/koefisien alfa

$k$  = Banyaknya butir soal

$S_i$  = Jumlah varians butir

$S_t$  = Varians total

### 3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimasukkan untuk mengetahui bahwa setiap variabel telah memiliki keakuratan dan keandalan. Analisis asumsi klasik dengan menggunakan program SPSS. Analisis dilakukan dengan bantuan metode regresi linier berganda, sebelum melakukan uji analisis regresi berganda terlebih dahulu digunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan heteroskedastisitas (Wibowo & Djojo, 2012:87).

#### 3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah di standarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak (Suliyanto, 2011:69). Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas di maksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah di standarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak (Suliyanto, 2011:69)

Menurut Situmorang *et al* (2010:91) tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi

normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng, data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal berikut beberapa jenis pendekatan dalam uji normalitas yaitu :

1. Pendekatan grafik

Pp plot akan membentuk plot antara nilai-nilai teoritis (sumbu x) melawan nilai-nilai yang di dapat dari sampel (sumbu y). cara lainnya melihat uji normalitas dengan grafik adalah  $Y = \text{dependent}$ ,  $X = Z\text{Resid}$ , dengan melihat titik-titik di sepanjang garis diagonal.

2. Pendekatan kolmogrov-smirnov

Untuk memastikan apakah data di sepanjang garis diagonal berdistribusi normal dengan melihat data residualnya apakah berdistribusi normal atau tidak.

Menurut Ghozali (2009:152), data residual berdistribusi normal apabila  $\text{Asymp. Sig. (2-tailed)} > 0,05$ .

### 3.7.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah korelasi linear yang mendekati sempurna antar dua variabel bebas dalam model regresi (Situmorang *et al*, 2010:129). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Pengajuan ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matrix korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*-nya. Nilai  $VIF < 10$  dan nilai *tolerance*-nya  $> 0,1$  menandakan tidak adanya gejala multikolinieritas. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa model regresi tersebut tidak dapat problem multikolinieritas (Ghozali, 2009: 96)

Menurut Suliyanto (2011:81) ada beberapa penyebab timbulnya gejala multikolinieritas pada model regresi adalah :

- a. Kebanyakan variabel ekonomi berubah sepanjang waktu.
- b. Adanya penggunaan nilai lag (*lagged value*) dari variabel-variabel bebas tertentu dalam model regresi.
- c. Metode pengumpulan data yang di pakai.
- d. Adanya kendala dalam model atau populasi yang menjadi sampel

### **3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas pada prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut (Situmorang et al., 2010:98). Jika varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varians tersebut berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Menurut Ghozali (2009:125-129) ada cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser:

#### **1. Uji Glejser**

Jika hasil nilai signifikansi  $>$  nilai alpha-nya (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas.

### 3.7.3 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara tentang rumusan masalah penelitian yang belum dibuktikan. Hipotesis dinyatakan dengan kalimat pernyataan dan bukan kalimat pertanyaan. Dalam penelitian yang menggunakan sampel, kata hipotesisnya menggunakan kata signifikan.

#### 1. Uji F (Simultan)

Uji-F dilakukan dengan tujuan menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen dapat dilihat jika nilai F hitung  $>$  F tabel dan signifikansi  $<$  0.05. (Ghozali, 2009: 163).

#### 2. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Sanusi, 2011:138).

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

**Rumus 3. 3 Uji t**

**Sumber:** (Sugiyono, 2009: 250)

Dimana:

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

r = korelasi persial yang ditemukan

n = jumlah sampel

Apabila  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  atau nilai sig  $<$  0,05 maka  $H_o$  ditolak atau dapat dikatakan signifikan, sebaliknya jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , atau nilai sig  $>$  0,05 maka  $H_o$

diterima atau dapat dikatakan tidak signifikan yaitu terhadap pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terkaitnya (Ghozali, 2009: 164).

### 3.7.4 Uji Pengaruh Hipotesis

#### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Muhidin (2009:198) analisis regresi linier berganda merupakan pengembangan dari analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier berganda pada dasarnya merupakan analisis yang memiliki pola teknis dan substansi yang hampir sama dengan regresi linier sederhana. Analisis ini memiliki perbedaan dalam hal jumlah variabel independen yang merupakan variabel penjelas yang lebih dari satu.

Regresi linier berganda di tujukan untuk menentukan hubungan linier antara beberapa variabel bebas yang bisa di sebut  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan seterusnya dengan variabel terkait yang di sebut  $Y$  (Situmorang et al., 2010:141).

Bentuk persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y' = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$$

**Rumus 3. 4** Uji Regresi Linier Berganda

**Sumber:** (Suliyanto, 2011:53)

Keterangan:

- $Y$  = variabel tergantung (*dependent*)
- $x_1$  = variabel independen pertama
- $x_2$  = variabel independen kedua
- $x_3$  = variabel independen ketiga
- $x_n$  = variabel independen ke-n

## **2. Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama sama memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (Wibowo & Djojo, 2012:135).

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

### **3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian**

#### **3.8.1. Lokasi Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada responden yang merupakan para pelanggan Motor Honda *Beat* di PT Capella Dinamika Nusantara Batam Center.

### 3.8.2. Jadwal Penelitian

Tabel 3.6 Jadwal Penelitian

Nama Kegiatan	Waktu Pelaksanaan						
	Maret	April	Mei	juni	Juli	Agustus	September
Menentukan Judul							
Bimbingan Skripsi							
Perumusan Penelitian							
Studi Pustaka							
Metodelogi Penelitian							
Rancangan Kuesioner							
Penyebran Kuesioner							
Pengumpulan Data							
Penyusunan Laporan Akhir							
Sidang Skripsi							

Sumber: Peneliti 2018