

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Dan Subjek Penelitian

Objek pada penelitian ini yaitu Mobil Datsun GO+ dan subjek pada penelitian ini yaitu konsumen Datsun GO+ di Yogyakarta.

B. Jenis Data

Data yang digunakan yaitu kuantitatif. Analisis data kuantitatif adalah metode penelitian pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Sugiyono, 2010). Sedangkan jenis datanya yaitu data primer merupakan data yang didapat/dikumpulkan oleh peneliti dengan cara langsung dari sumbernya (Rahmawati dkk, 2014). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan (konsumen Datsun GO+ di wilayah Yogyakarta) yaitu berupa data mentah dengan pengukuran skala Likert untuk mengetahui respon dari responden yang ada mengenai pengaruh Citra Merek, Kualitas Persepsian, Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk

dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2005). Sedangkan pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2005). Calon responden harus memiliki kriteria tertentu, Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel yaitu konsumen Datsun GO+ di wilayah Yogyakarta yang membeli dan sudah menggunakan.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 sampel. Pengambilan jumlah sampel ditentukan berdasarkan Roscoe (1975) yang dikutip Sekaran (2013) memberikan acuan dalam pengambilan jumlah sampel, yaitu:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode *survey* menggunakan teknik memberikan kuesioner kepada para responden yang terpilih sebagai sampel. Kuesioner ini dilakukan dengan menggunakan penilaian skala likert yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, maupun persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2005). Skala tersebut didesain untuk mengukur seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju terhadap sebuah pernyataan.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Citra Merek	Citra merupakan keseluruhan persepsi terhadap produk atau merek yang dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap produk atau merek itu (Sutisna,2003).	<ul style="list-style-type: none"> • Simbol yang sudah dikenal • Reputasi merek yang sudah dikenal • Percaya pada kualitas mereknya • Perawatan mudah (Sutisna, 2003:333)
Kualitas Persepsian	Menurut Kotler dan Keller (2009:143), kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.	<ul style="list-style-type: none"> • Kinerja • Features • Keandalan • Kesesuaian dengan spesifikasi • Daya tahan (Kotker dan keller, 2009)
Persepsi Harga	Menurut Kotler dan Amstrong, (2012) didalam variabel harga ada beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi daftar harga, diskon, potongan harga dan periode pembayaran.	<ul style="list-style-type: none"> • Harga terjangkau • Harga sesuai kualitas • Harga bersaing • Kesesuaian harga dengan manfaat (Kotler dan Amstrong, 2012)
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian menurut Peter Jerry C. Olson (2013), suatu keputusan (<i>decision</i>) mencakup suatu pilihan diantara dua atau lebih tindakan atau perilaku alternatif.	<ul style="list-style-type: none"> • Keyakinan untuk membeli • Tidak ada pemilihan merek lain • Rekomendasikan produk • Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk (Lamb, dkk, 2001 dalam Andrianto, 2013)

Indikator-indikator diatas diukur dengan skala penilaian *Likert* yang mempunyai lima tingkat preferensi jawaban yang masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut :

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = ragu-ragu

4 = setuju

5 = sangat setuju

F. Uji Kualitas Instrumen Dan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang ingin kita ukur dan bukan mengukur yang lain (Rahmawati dkk, 2014). Alat untuk mengukur validitas adalah Korelasi Product Moment, Instrumen dinyatakan valid jika signifikan $< 5\%$ atau $\text{sig.} < \alpha = 0,05$ (Sugiyono, 2012 dalam Muchidin, 2016). Pengujian dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciencies*).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana dan konsistensi dari alat pengukur yang kita gunakan, sehingga

memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi (Rahmawati dkk, 2014). Uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha* kemudian Pengujian dengan bantuan program SPSS. Menurut Sekaran, (2000) dalam (Rahmawati, dkk, 2014) hasil uji reliabilitas dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$.

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara Citra Merek, Kualitas Persepsian dan Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian Mobil Datsun GO+. Pada penelitian yang memerlukan kajian berbagai macam variabel yang bisa mempengaruhi satu variabel lain, maka pilihan analisis regresi berganda akan bermanfaat (Rahmawati dkk, 2014). Persamaan regresi linier berganda adalah : $Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Y = keputusan pembelian

b_0 = konstanta regresi/titik potong dengan sumbu Y

b_1 = koefisien regresi dari citra merek

b_2 = koefisien regresi dari kualitas persepsian

b_3 = koefisien regresi dari persepsi harga

X_1 = citra merek

X_2 = kualitas persepsian

X_3 = persepsi harga

$e = 0$

2. Uji Statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variable independent atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable dependen atau terikat (Rahmawati, dkk, 2014) Dengan tingkat signifikansi α 0,05. Analisis menggunakan alat bantu program software SPSS for windows untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan angka taraf signifikan hasil perhitungan dengan taraf signifikansi 5% (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:

Jika F hitung (sig) $\geq \alpha$ 0,05 maka Ho diterima dan Ha di tolak

Jika F hitung (sig) $< \alpha$ 0,05 maka Ho ditolak dan Ha di terima

3. Uji Statistik t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependent (Rahmawati dkk, 2014). Analisis menggunakan alat bantu program software SPSS.

4. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variable-variable independent dalam menjelaskan

variasi variable dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variable-variable independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Rahmawati, dkk;2014).