

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian menurut Arikunto (1998) adalah objek penelitian, sedangkan tempat dimana variabel itu melekat adalah subjek penelitian.

Objek dalam penelitian ini adalah *motorcross* buatan Eropa, Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen *motorcross* buatan Eropa yang berada di Sukabumi.

B. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Menurut Sekaran (2006) data primer merupakan data yang mengacu pada informasi yang didapatkan dari responden secara langsung atau dari tangan pertama yang berkaitan dengan tujuan studi secara spesifik. Data primer yang akan dikumpulkan berupa angket (kuisisioner).

C. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah kuisisioner, yaitu teknik pengumpulan data dan informasi dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden (Sugiyono 2010). Teknik menyebarkan kuisisioner dipilih karena sangat efisien karena peneliti akan tahu secara pasti variabel yang akan dinilai dan tahu apa yang diinginkan, kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Subjek penelitian, seperti dijelaskan di atas, adalah pengguna motocross buatan Eropa di Kota Sukabumi. Namun, untuk kepentingan pengambilan data, penelitian ini tidak akan meneliti seluruh subjek, melainkan menggunakan sampel penelitian. Metode yang digunakan untuk memilih sampel adalah teknik *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2010) *non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Lebih khusus lagi, peneliti akan mengaplikasikan teknik *purposive sampling*. Teknik ini memilih, sampel dengan menetapkan beberapa kriteria. Kriteria tersebut adalah: 1. Responden sudah pernah membeli *motorcross* buatan Eropa, 2. Responden yang menggunakan *motorcross* buatan Eropa minimal 6 bulan, dengan asumsi bahwa waktu 6 bulan sudah cukup untuk membangun persepsi konsumen terhadap kualitas produk.

E. Target Jumlah Sampel

Oleh karena jumlah populasi (pengguna *motorcross* buatan Eropa di Kota Sukabumi) tidak diketahui, maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \left[\frac{Z \cdot a / 2}{E} \right]^2$$

$$n = \left[\frac{1,96}{0,20} \right]$$

$$n = 96 \text{ responden}$$

Keterangan:

- N = Ukuran Sampel
- $Z_{\alpha/2}$ = Nilai standar daftar luar normal standar bagaimana tingkat kepercayaan (α) 95%
- E = Tingkat ketetapan yang digunakan dengan mengemukakan besarnya error maksimum secara 20%

Dari perhitungan diatas dapat diketahui sampel penelitian ini adalah sebanyak 96 responden.

F. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

Variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Variabel independen

Adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain (variabel dependen) atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Country Of Origin* (X_1) dan persepsi kualitas (X_2).

a. *Country Of Origin*

Menurut Yanthi (2015) *Country of origin* merupakan sebuah elemen yang ada dalam minat beli dari suatu produk, konsumen akan mengevaluasi darimana produk itu berasal sebelum melakukan pembelian, dan merupakan salah satu yang mempengaruhi *image* dan persepsi dibenak konsumen. Pengukuran CoO menurut Listiana (2013) adalah melalui indikator-indikator sebagai berikut: Inovasi negara dalam berproduksi, tingkat kemajuan teknologi negara asal, desain produksi, kualitas produksi, prestise yang dimiliki negara asal merek.

b. Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*)

Variabel persepsi kualitas didefinisikan sebagai suatu yang berhubungan langsung dengan reputasi perusahaan yang memproduksi langsung (Davis 2003, Firdaus 2015). Indikator-indikator untuk mengukur variabel persepsi kualitas adalah sebagai berikut: tampilan, kualitas, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, keandalan, (Garvin 1984, Listiana 2013).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (variabel bebas). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan Beli (*Buying Decision*). Variabel ini didefinisikan sebagai keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk dengan merek (Kotler dan Armstrong 2008). Indikator-indikator untuk mengukur variabel keputusan beli adalah sebagai berikut: hasil akhir yang didapatkan, keyakinan dalam membeli, kesesuaian antara harga dan kualitas (Widodo 2012, Firdaus 2015).

G. Uji Kualitas Instrumen

Kualitas instrument penelitian akan diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang ingin kita ukur dan bukan mengukur yang lain (Rahmawati dkk 2016). Ghazali (2006) menyatakan bahwa uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item – item yang ada dalam kuesioner mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Untuk menguji validitas instrumen, dilakukan uji

skala pengukur pada sejumlah responden. Menurut Sugiyono (2010) untuk uji validitas, jumlah minimal responden paling tidak 30 orang, supaya distribusi skor akan lebih mendekati kurve normal. Dalam menghitungnya, skor masing-masing butir pernyataan dikorelasikan dengan skor total menggunakan rumus korelasi *product moment* (Supardi 2005). Rumus penghitungannya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

r_{xy} = koefisien korelasi sederhana antara skor x dengan skor y

N = Jumlah responden

X = Skor tiap item

Y = Skor total

XY = Skor item x skor total

Namun, penelitian ini akan menggunakan bantuan software untuk menghitungnya, yaitu SPSS. Untuk menentukan tingkat kevalidan instrumen, harga korelasi setiap item instrumen dengan skor total dibawah 0,3 (Sugiyono 2010).

2. Uji reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari alat pengukur yang kita gunakan, sehingga memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi (Rahmawati dkk 2016). Menurut Ghazali (2006) Dikatakan reliabilitas jika *Cronbach Alpha* diatas 0,7. Indikator pertanyaan dikatakan reliabel dengan melihat korelasi brivariate pada output *Cronbach Alpha* pada kolom *correlated* item total. Pengujian reliabilitas instrumen diolah menggunakan program software IBM SPSS Statistik 23.

H. Teknik Analisis data

Menurut Sugiyono (2010) terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian kuantitatif yaitu statistik deskriptif, dan statistik inferensial.

1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2010) dalam mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dengan maksud tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi adalah menggunakan statistik deskriptif . dalam analisis deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), penghitungan desil,persentil, penghitungan persentase. Pada penelitian ini penyajian data menggunakan tabel dan analisis datanya menggunakan mean.

2. Statistik Inferensial (Analisis Regresi berganda)

Penelitian ini menggunakan analisis yang melibatkan lebih dari dua variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X1, X2) untuk itu digunakan statistik inferensial. Statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono 2010). Yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *Country Of Origin* dan *Perceived Quality* terhadap Keputusan Beli, bentuk umum dari hasil statistik inferensial adalah persamaan regresi linear berganda. Cara ini digunakan untuk mencari tahu kuatnya hubungan antara beberapa variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terkait dengan rumus. Sugiyono (2010) merumuskan analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Beli

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X_1 = *Country Of Origin*

x_2 = *Perceived Quality*

e = Error

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi (Uji statistik t)

Ghozali (2006) mengemukakan bahwa uji statistic t pada dasarnya menunjukkan seberapa besaratau jauh pengaruh secara individual variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Level pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan level signifikan sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- a. Jika nilai signifikan diatas 0,05 maka hipotesis tidak diterima (koefisien regresi menunjukkan hasil yang tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan dibawah 0,05 maka hipotesis diterima (koefisien regresi menunjukkan hasil yang signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi dalam model regresi semakin kecil (mendekati nol) menandakan kemampuan variabel-variabel independen terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya jika nilai yang mendekati satu (100%), maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2006).