

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Objek dan Subjek Penelitian**

Menurut Arikunto (2010) penelitian objek adalah apa yang menjadi sasaran peneliti untuk mendapatkan data untuk diteliti, objek pada penelitian ini adalah motor Honda Vario eSP. Subjek penelitian adalah tempat dimana data dapat diperoleh (Arikunto, 2010). Untuk subjek dalam penelitian ini adalah Masyarakat atau penduduk kota Ngawi yang pernah melakukan keputusan pembelian dan memakai motor Honda Vario eSP.

#### **B. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu untuk mencari data. Indriantoro (2002) menjelaskan bahwa data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari nara sumber. Data ini dapat berisi tentang pendapat atau opini individual maupun kelompok dari nara sumber untuk objek yang akan diteliti.

#### **C. Teknik Pengambilan Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Pada dasarnya ada dua teknik pengambilan sampel menurut Effendi & Tukiran (2012) yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling*

mempunyai arti bahwa setiap unsur dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

*Nonprobability sampling* mempunyai arti bahwa setiap unsur dari populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini akan digunakan teknik *nonprobability sampling* yang dimana bahwa tidak setiap individu bisa menjadi sampel dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan salah satu jenis dari *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Effendi & Tukiran (2012) *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dianggap relevan atau dapat mewakili objek yang diteliti. Kriteria-kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Responden telah membeli dan memakai sepeda motor Honda Vario Esp.

Menurut Hair et al (2010) yang mengatakan penentuan jumlah sampel yang *representative* yaitu dengan jumlah indikator penelitian dikali 5 sampai 10. Karena jumlah indikator dalam penelitian 18 dikali dengan 7 mendapatkan 126 yang akan dibulatkan menjadi 150. Maka didapatkan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian adalah 150.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian yang akan saya gunakan adalah survey dengan menggunakan kuesioner. Menurut Hartono (2013) survey adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan

pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu. Sedangkan menurut Arikunto (2014) mengatakan bahwa kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang responden ketahui.

## **E. Definisi Operasional dan Indikator Variabel**

### **1. Persepsi Kualitas Produk**

Tjiptono (2009) mengutarakan *Perceived Quality* merupakan penilaian pelanggan terhadap keunggulan atau superioritas produk secara keseluruhan. Oleh sebab itu, *perceived quality* didasarkan pada evaluasi subyektif konsumen (bukan manajer) terhadap kualitas. Sedangkan menurut Bilson Simamora (2011) persepsi kualitas (*perceived quality*) merupakan persepsi dari setiap konsumen atau pelanggan kualitas atau keunggulan dari suatu produk maupun jasa yang mereka tinjau dari segi fungsinya secara selektif dengan produk yang ada lainnya.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel Persepsi kualitas produk dalam penelitian yang dilakukan oleh Gerung Jacklin Christy, Sepang Jantje dan Loindong Sjendry (2017) ada beberapa indikator yaitu :

1. Kemampuan produk
2. Fungsi produk
3. Kelebihan produk
4. Daya tahan produk

## 5. Nilai produk

## 2. Persepsi Harga

Paul Peter dan Jerry Olson (2000) mengatakan bahwa persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga didapatkan oleh konsumen dan dipahami seluruhnya oleh konsumen sehingga memberikan makna yang dalam bagi konsumen. Ketika konsumen melakukan evaluasi sebelum membeli produk mereka dipengaruhi oleh keinginan konsumen itu sendiri. Sehingga penilaian harga tidaklah sama satu sama lain pada para konsumen. Karena persepsi harga dari setiap individu berbeda-beda, sehingga tidak bisa dikatakan harga suatu produk itu mahal, murah atau biasa saja karena setiap individu memiliki latar belakang yang berbeda dan sudut pandang dalam menilai produk yang berbeda. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel harga dalam penelitian yang dilakukan oleh Gerung Jacklin Christy, Sepang Jantje dan Loindong Sjendry (2017) ada beberapa indikator yaitu :

1. Harga yang terjangkau
  2. Mampu bersaing dengan perusahaan lain
  3. Faktor pendukung pengambilan keputusan
  4. Kesesuaian harga dengan manfaat
- ### 3. Promosi

Tjiptono (2009) mengatakan bahwa promosi adalah bentuk dari suatu komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran sendiri merupakan suatu aktivitas dari pemasaran dimana yang bertujuan untuk berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan meningkatkan pasar sasaran dari suatu

produk perusahaan ke pada konsumen agar menerima, membeli dan loyal terhadap produk.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel promosi dalam penelitian yang dilakukan oleh Gerung Jacklin Christy, Sepang Jantje dan Loindong Sjendry (2017) ada beberapa indikator yaitu :

1. Penyebaran produk
2. Penjualan personal
3. Promosi dilakukan agar konsumen loyal pada produk yang ditawarkan
4. Pasar sasaran

#### **4. Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler (2009) keputusan pembelian merupakan sebuah proses dimana konsumen melakukan tindakan dalam mendapatkan atau membeli suatu produk barang atau jasa. Keputusan pembelian dapat diartikan sebuah proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan suatu pembelian. Keputusan pembelian juga dapat diartikan sebuah kegiatan dimana konsumen melakukan kegiatan individu yang terlibat secara langsung dalam membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian dalam penelitian yang dilakukan oleh Gerung Jacklin Christy, Sepang Jantje dan Loindong Sjendry (2017) ada beberapa indikator yaitu :

1. Keinginan suatu produk

2. Mengevaluasi sebelum membeli
3. Hasil dari keputusan pembelian
4. Kepuasan konsumen
5. Loyal terhadap produk

## **F. Uji Kualitas Instrument**

### 1. Uji Validitas

Menurut Hartono (2013) merupakan pengujian yang menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya mencapai sasarannya. Alat ukur yang tidak valid adalah yang memberikan hasil ukuran yang menyimpang dari tujuannya. Kriteria valid dapat dilihat melalui nilai dari *pearson correlation* dan *Sig. (2-tailed)*. Jika nilai *pearson correlation* lebih besar daripada nilai pembanding berupa *r-kritis*, maka item tersebut valid. Atau jika nilai *Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 maka item tersebut valid dengan derajat kepercayaan 95% (Kuncoro, 2013)

### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Hartono (2013) adalah uji yang menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurannya. Reliabilitas berhubungan dengan konsistensi dari pengukur. Suatu pengukur dikatakan *reliable* (dapat diandalkan) hasil pengukurannya harus akurat dan konsisten. Metode

yang digunakan dalam pengujian ini adalah dengan menggunakan metode *alpha Cronbach's* yang mana dalam suatu kuesioner dianggap reliable apabila *Cronbach's alpha*  $\geq 0,6$ . (Kuncoro, 2013)

## **G. Analisa Data dan Uji Hipotesis**

### **1. Data Deskriptif Responden**

Menurut Setyosari Puanji (2010) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang tujuannya untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu peristiwa, keadaan, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan variable-variabel yang bisa dijelaskan baik menggunakan angka-angka maupun kata-kata. Akan dijelaskan di bagian ini adalah berapa banyak responden akan memilih jumlah dalam menjawab pernyataan kuesioner.

### **2. Analisis Regresi Linier Berganda**

Data yang sudah terkumpul akan dianalisis dengan salah satu alat analisis yaitu program SPSS, dengan rumus statistik yang di pakai adalah regresi linier berganda. Regersi Linear Berganda adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Analisis regresi linier berganda merupakan hubungan yang secara linier antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan

antara variabel independen dengan dependen. Apakah setiap dari variabel independen memiliki hubungan yang positif atau negatif terhadap variabel dependen.

### 3. Uji Hipotesis

Untuk memperoleh hasil uji hipotesis maka dilakukanlah uji F dan uji t. Dalam uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dengan ketentuan probabilitas  $< 0,05$ .

Dalam uji t akan diperoleh data dimana setiap variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dengan ketentuan probabilitas  $< 0,05$ .

### 4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan [varians](#) dari variabel terikatnya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan Koefisien Korelasi ( $R^2$ )



