

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Obyek/Subyek Penelitian**

Obyek penelitian ini adalah sepeda motor Honda Supra X 125 cc. Sedangkan subyek penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan memakai sepeda motor Honda Supra X 125 cc di Kecamatan Temon, Kabupaten Kulon Progo.

##### **B. Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Indriantoro dan Supomo (2002), data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitian. Pelaksanaan teknisnya adalah dengan cara membagikan kuisisioner yang berisi sejumlah pertanyaan yang harus dijawab oleh responden.

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

Menurut Singarimbun dalam Chuzaimah dan Sujadi (2006), sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan obyek penelitian. Metode pengambilan sample yang digunakan adalah *convenience sampling* yaitu dengan cara memilih anggota populasi yang paling mudah ditemui. Peneliti menentukan jumlah sampel yang akan dianalisis sebanyak 100 responden, karena secara umum jumlah sampel sudah melebihi batas minimal yang ditetapkan yaitu sebanyak 30 item (Jogiyanto, 2004), sehingga jumlah tersebut dianggap sudah cukup mewakili.

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

Teknik pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan yang dikirimkan atau diserahkan kepada responden untuk dijawab. Jawaban tersebut dilakukan sendiri oleh responden tanpa bantuan dari pihak penyelidik. Pertanyaan bersifat tertutup, responden hanya dipersilahkan memilih dari beberapa alternatif jawaban yang sudah tersedia. Penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis butir, yaitu dengan cara membagikan skor kepada tiap item kuisisioner. Pembagian skornya adalah sebagai berikut:

Sangat setuju = 5

Setuju = 4

Netral = 3

Tidak setuju = 2

Sangat tidak setuju = 1

#### **E. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Menurut Mowen (2002), atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Ada dua kelas atribut yaitu atribut intrinsik dan atribut ekstrinsik. Atribut intrinsik adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan aktual produk, sedangkan atribut ekstrinsik adalah segala sesuatu yang diperoleh dari aspek eksternal produk seperti nama merek dan atribut fisik, label dan lain-lain.

Menurut Mowen (2002), masih terdapat atribut yang penting dalam keputusan membeli, yaitu harga. Harga merupakan salah satu atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen. Ada beberapa atribut produk termasuk harga, yang perlu dipertimbangkan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk. Beberapa atribut tersebut antara lain :

#### 1. Kualitas

Merupakan tanggapan konsumen terhadap kemampuan suatu produk untuk digunakan *plus* keberhasilannya dalam menawarkan bentuk-bentuk yang diinginkan konsumen. Indikatornya adalah :

- a. Kemampuan produk dalam menjalankan fungsi utama
- b. Fitur yang lengkap
- c. Kesesuaian produk dengan spesifikasi yang telah ditentukan
- d. Keawetan produk yang digambarkan dengan umur ekonomis produk atau seberapa lama produk memberikan manfaat ekonomis
- e. Kemudahan dalam perawatan produk. Kemudahan menemukan pusat-pusat *service* jika produk mengalami kerusakan, dan kemudahan mendapatkan suku cadang jika ada suku cadang yang perlu diganti

#### 2. Merek

Nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu atau sekelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Indikator yang digunakan untuk mengukur merek adalah:

- a. Merek produk mudah diucapkan, diingat dan dikenal luas oleh masyarakat
- b. Merek produk merupakan merek yang populer
- c. Persepsi konsumen terhadap kualitas (merek produk merupakan merek yang berkualitas).

### 3. Atribut Fisik

Atribut fisik adalah tempat atau wadah dengan berbagai desain dan warna yang melekat pada produk. Indikatornya adalah:

- a. Kapasitas mesin
- b. Desain *body* (bentuk fisik sepeda motor Supra X 125 cc)
- c. Komposisi warna yang menarik dari sepeda motor Supra X 125 cc
- d. *Stripping body* (tampilan corak warna keseluruhan sepeda motor Supra X 125 cc)

### 4. Harga

Harga adalah sejumlah pengorbanan berupa materi atau uang untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Oleh karena itu, konsumen akan mempertimbangkan atribut harga dari segi murah tidaknya produk sepeda motor Honda Supra X 125 cc tersebut. Indikatornya yaitu :

- a. Harga produk
- b. Potongan harga
- c. Perbedaan harga dengan merek sepeda motor lainnya
- d. Harga jual kembali sepeda motor

## **F. Uji Kualitas Instrumen**

### **1. Uji Validitas**

Arikunto (2002), menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Ancok dalam Singarimbun dan Effendi (1995), mengungkapkan bahwasuatu kuisisioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut dengan taraf signifikan lebih kecil dari 5%.

### **2. Uji Realibilitas**

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana stabilitas dan konsistensi dari alat ukur yang kita gunakan, sehingga memberi hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi.

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Menurut Indriantoro dan Bambang (2002), suatu alat ukur disebut reliabel apabila mempunyai *Cronbach Alpha* sama dengan atau lebih besar dari 0,6.

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

### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif ini digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan menggunakan produk sepeda motor Honda Supra X 125 cc.

Adapun karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan/bulan.

## 2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah digunakan untuk hipotesis penelitian dengan melakukan perhitungan menggunakan bantuan *software* SPSS Versi 11.50 yang meliputi:

### a. Analisis *Chi-square* ( $\chi^2$ )

Analisis *Chi-square* merupakan uji hipotesis untuk variabel-variabel penelitian yang digolongkan 2 (dua) kategori atau lebih. Dengan pengujian *Chi-square* ini dapat diketahui apakah ada hubungan antar variabel yang dianalisis. Variabel satu dengan yang lain dikatakan ada hubungan apabila nilai *Chi-square* hitung > *Chi-square* tabel. Rumus yang digunakan adalah ( Sugiyono, 2005):

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h} \dots\dots\dots (1)$$

Dimana :

$\chi^2$  = harga *Chi-Square*

$f_o$  = frekuensi hasil observasi

$f_h$  = frekuensi yang diharapkan

Untuk menghitung frekuensi teoritis setiap sel digunakan rumus sebagai berikut:

$$f_h = \frac{\text{total baris} \times \text{kolom}}{N} \dots\dots\dots (2)$$

Untuk mencari besarnya harga kritik pada taraf signifikan tertentu, dapat dicari pada tabel *Chi-square* derajat kebebasan dengan rumus:

$$dk = (i - 1) (j - 1) \dots\dots\dots(3)$$

Dimana:

dk = derajat kebebasan

i = jumlah baris

j = jumlah kolom

b. Analisis Koefisiensi Kontingensi

Alat analisis ini adalah untuk mengetahui kekuatan atau derajat hubungan antara faktor yang mempengaruhi dengan karakteristik konsumen.

Rumus koefisien kontingensi adalah sebagai berikut:

$$KK = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}} \dots\dots\dots(4)$$

Dimana

KK = koefisien kontingensi

$\chi^2$  = harga *Chi-square*

N = banyaknya sampel yang digunakan

Agar nilai KK tersebut dapat digunakan untuk menilai kuat tidaknya hubungan antara variabel-variabel tersebut, maka perlu dibandingkan dengan koefisien kontingensi maksimumnya, dengan rumus:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}} \dots\dots\dots(5)$$

Dimana:

$m$  = jumlah kolom atau baris tabel kontingensi yang minimum

Harga koefisien kontingensi (KK) semakin dekat dengan harga maksimum, maka semakin kuat pula hubungan antara atribut yang diperbandingkan atau dengan kata lain selisih antara KK hitung dengan KK maks dapat ditampilkan dalam bentuk rumus sebagai berikut

$$\Delta KK = KK \text{ maks} - KK \text{ hitung} \dots\dots\dots(6)$$

Dimana:

$\Delta KK$  = nilai selisih

Untuk mencari kategorisasi kuat lemahnya hubungan antara atribut dapat digunakan rumus yaitu (Sugiyono, 2005):

$$R = \frac{KK_{maks}}{N} \dots\dots\dots(7)$$

Dimana :

$R$  = *range* kuat lemahnya hubungan

$N$  = jumlah kelas/kategori hubungan

Rentang nilai KK secara teoritis adalah dari 0 sampai dengan KK maks. Berdasarkan rentang tersebut dibuat interval kelas dengan jumlah kelas sebanyak 4, kemudian diterjemahkan dengan kalimat kualitatif/kategori yaitu sangat kuat, kuat, lemah dan sangat lemah.