

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek/subjek Penelitian

1. Objek

Suharismi Arikunto (2001) menyatakan objek penelitian merupakan ruang lingkup atau hal-hal yang menjadi pokok persoalan dalam suatu penelitian. Berdasarkan hal tersebut, maka objek dalam penelitian ini adalah Mobil Merek Avanza..

2. Subjek

Moleong (2010) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informan tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Berdasarkan hal tersebut, maka subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Yogyakarta maupun masyarakat yang kebetulan tinggal di Yogyakarta yang telah membeli mobil merek Avanza.

B. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini ialah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti untuk tujuan spesifik dan menjawab permasalahan penelitian. Sumber data dalam penelitian ini, diperoleh langsung di lapangan dari jawaban responden mengenai daftar pertanyaan/kuesioner (Siregar, 2013). Data primer ini berupa data identitas responden dan tanggapan responden yang akan dijawab langsung oleh

responden mengenai pengaruh motivasi konsumen, sikap konsumen dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian di Kota Yogyakarta.

C. Teknik Pengambilan sampel

Menggunakan teknik *accidental sampling* yang merupakan teknik pengumpulan data secara kebetulan. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2009 dalam Priamitra, 2012).

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai wakil dari para anggota populasi (Supardi, 2005). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang pernah melakukan pembelian mobil merek Avanza di Kota Yogyakarta.

Sedangkan untuk menentukan jumlah ukuran sampel dalam penelitian regresi linier berganda, dapat menggunakan sampel besar karena mencakup suatu kabupaten yaitu >30 (Djarwanto, 1999). Maka, dalam penelitian ini menggunakan sampel besar, yaitu 50 responden yang dapat digunakan sebagai sampel penelitian karena mencakup suatu kabupaten. Menurut Nazir dalam Saputra (2013) jumlah sampel ditetapkan atas pertimbangan pribadi, dengan catatan bahwa sampel tersebut cukup mewakili populasi dengan pertimbangan biaya dan waktu.

D. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis kepada para pengguna mobil merek Toyota Avanza di kota Yogyakarta. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono 2008).

Cara pengumpulan data tersebut dilakukan dengan prosedur:

1. responden diberi kuesioner kemudian di isi
2. Sambil mengisi kuesioner, ditunggu dan diberikan penjelasan jika belum jelas terhadap apa yang dibaca
3. Setelah responden mengisi kemudian jawaban tersebut ditabulasi, diolah, dianalisis dan disimpulkan.

E. Identifikasi Variabel

Pada penelitian ini, variabel-variabel yang digunakan haruslah diidentifikasi terlebih dahulu agar tidak timbul adanya perselisihan cara pandang terhadap variabel-variabelnya. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent*), dan variabel terikat (*dependent*) yang dikesemuanya memiliki hubungan sebab akibat.

Identifikasi variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. variabel bebas (*independent*):

X_1 : Motivasi

X_2 : Persepsi

X_3 : Sikap

2. Variabel Terikat (*dependent*)

Y : Keputusan Pembelian

F. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat yang dapat diamati (Marzuki, 2005). Definisi operasional variabel menurut Sugiyono (2008) merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikkan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel. Variabel-variabel yang diteliti sehubungan dengan Sikap, Persepsi, dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian mobil merek Avanza terangkum dalam satu tabel dengan masing-masing indikator dan sumbernya:

1. Keputusan Pembelian

Suatu proses pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk yang dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan pembelian dan akhirnya didapatkan perilaku setelah membeli yaitu puas atau tidak puas atas suatu produk yang dibelinya (Kotler, 2005).

Keputusan pembelian dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator yang meliputi:

- a) Tidak ada pemilihan merek lain
- b) Hampir semua orang membeli mobil merek Avanza
- c) Informasi tentang kualitas
- d) Kemudahan mendapatkan suku cadang
- e) Ketertarikan untuk membeli ulang

2. Motivasi Konsumen

Keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan (Setiadi, 2003). Adapun indikator menurut Setiadi, 2004 adalah:

- a) Kualitas produk
- b) Kenyamanan berkendara
- c) Harga purna jual yang menjanjikan
- d) Harga produk
- e) Jumlah dan kualitas bengkel resmi

3. Persepsi Kualitas

Persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan dari suatu produk atau jasa layanan yang berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan (Zeithaml dalam Muafi dan Effendi, 2001).

Persepsi kualitas dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator:

- a) Karakteristik tambahan untuk menjadi pembeda
 - b) Jarang terjadi kerusakan
 - c) Suku cadang berkualitas
 - d) Daya tahan mesin yang baik
 - e) Kestabilan mesin
4. Sikap Konsumen

Kecenderungan memberikan tanggapan terhadap suatu objek baik disenangi ataupun tidak disenangi secara konsisten (Allport dalam Setiadi, 2003). Sikap konsumen dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator yang meliputi:

- a) Model produk
- b) Kombinasi warna
- c) Striping stiker
- d) Konsumsi bahan bakar yang irit
- e) Jenis atau varian produk

G. Uji Kualitas Intrumen dan Data

1. Uji Validitas

Validitas atau tingkat ketepatan, kejituan atau keakuratan adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Mas'ud, 2004 dalam Priamitra, 2012). Definisi lain validitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur suatu instrumen (Usman dan Akbar

dalam Priamitra, 2012). Dengan kata lain, instrumen tersebut dapat mengukur variabel yang diinginkan oleh peneliti.

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Alat untuk mengukur validitas adalah Korelasi *Product Moment* dari Pearson, suatu indikator dikatakan valid, apabila $n = 60$ dan $\alpha = 0,05$ (Nurgiyantoro dalam Priamitra, 2013)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau tingkat keandalan, ketepatan atau keajegan adalah tingkat kemampuan instrumen untuk mengumpulkan data secara konsisten dari sekelompok individu (Mas'uddalam Priamtra, 2012). Definisi lain Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur instrumen terhadap ketepatan/konsisten (Usman dan Akbar dalam Priamtra, 2012). Reliabilitas disebut juga keterandalan, keajegan, konsistensi atau stabilitas.

Instrumen yang mempunyai tingkat reliabilitas tinggi cenderung menghasilkan data yang sama tentang suatu variabel atau unsur-unsurnya, jika diulangi pada waktu yang berbeda pada sekelompok individu yang sama, sehingga instrumen tersebut dapat dinilai reliabel (dapat diandalkan) (Mas'ud dalam Priamtra, 2012).

Setiap alat ukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Pada alat ukur untuk fenomena fisik (berat dan tinggi badan), konsistensi hasil pengukuran mudah dicapai. Namun, untuk mengukur fenomena sosial (sikap, persepsi dan opini), pengukuran yang konsisten sulit untuk dicapai (Mas,ud dalam Priamtra, 2012).

Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila (Nurgiyantoro dalam Priamtra, 2012):

Hasil $\alpha \geq 0,60$ = reliabel

Hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliabel

H. Uji Hipotesis dan Analisis Data

Dalam upaya mengolah data serta menarik kesimpulan maka peneliti menggunakan program SPSS *for windows*. Analisa ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Sikap, Persepsi, dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian mobil merek Avanza. Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian serta memperhatikan sifat-sifat data yang dikumpulkan, maka analisis data dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Analisis Linier Berganda

Menurut Malhotra (2004) dalam Saputra (2013) analisa regresi linier berganda adalah prosedur statistik untuk menganalisa hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Jika terdapat dua

atau lebih variabel bebas maka menggunakan analisa regresi linear berganda. Dengan demikian dapat diketahui sejauh mana hubungan sebab-akibat atau pengaruh antara variabel-variabel tersebut.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama mempengaruhi variabel terikat.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana:

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi Sikap Konsumen

b_2 = koefisien regresi Persepsi Kualitas

b_3 = koefisien regresi Motivasi Konsumen

Y = Variabel Keputusan Pembelian

x_1 = Variabel Sikap Konsumen

x_2 = Variabel Persepsi Kualitas

x_3 = Variabel Motivasi Konsumen

e = error

2. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka digunakan beberapa pengujian yaitu uji - t dan uji - F.

a. Uji F

Ghozali (2012), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model

mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Tahap-tahap pengujian statistik F yakni :

- 1) Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau :

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

- 2) Hipotesis alternatifnya (H_A) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau :

$$H_A : b_1 \neq b_2 \neq \dots b_k \neq 0$$

Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

- 3) Menentukan $\alpha = 0.05$ atau 5%

- 4) Kesimpulan

- a) P Value < 0.05 , maka H_0 ditolak atau variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

- b) P value > 0.05 , maka H_0 diterima atau variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama dengan $\alpha = 0,05$ dan juga penerimaan atau penolakan hipotesa, maka cara yang dilakukan adalah:

$$F = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

k = Banyaknya variabel bebas

n = Banyaknya sampel

Dengan asumsi (F hitung):

H_0 : diterima bila sig. $> \alpha = 0,05$

H_0 : ditolak bila sig. $\leq \alpha = 0,05$

b. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2012). Pengambilan keputusan pada uji statistik F dan uji statistik t dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikannya pada taraf kepercayaan 0,05.

Jika nilai signifikannya 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilai signifikannya $< 0,05$ maka variabel independen

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam uji t terdapat tiga langkah yaitu sebagai berikut:

- 1) Menentukan $H_0 : \beta_1 = 0$, $H_A : \beta_1 \neq 0$
- 2) Menentukan taraf signifikansi 5% atau 0,05.
- 3) Jika nilai probabilitas < dari 5% atau 0,05 maka ada pengaruh yang signifikan dan jika nilai probabilitas \geq 5% atau 0,05 maka tidak ada pengaruh yang signifikan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2012). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 akan meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan *Adjusted* R^2 . Dengan

menggunakan nilai *Adjusted R*², dapat dievaluasi model regresi mana yang terbaik. Tidak seperti nilai *R*², nilai *Adjusted R*² dapat naik maupun turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Dalam kenyataan, nilai *Adjusted R*² dapat bernilai negatif walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapatkan nilai *Adjusted R*² negatif, maka nilai *Adjusted R*² dianggap bernilai nol (Ghozali, 2012).