

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

##### **3.1.1 Variabel Penelitian**

Berdasarkan kerangka penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka penentuan variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014). Variabel dependen yaitu kepercayaan keputusan pembelian (Y).
2. Variabel Independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2014). Variabel independen yang dimaksud yaitu: produk ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ).

##### **3.1.2 Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah definisi yang dibuat spesifik sesuai dengan kriteria pengujian atau pengukuran. Definisi operasional variabel digunakan sebagai petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel secara terperinci. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Kepercayaan keputusan pembelian (Y)	Kepercayaan keputusan pembelian konsumen adalah keyakinan yang muncul dari suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah yang dikumpulkan oleh seorang konsumen dan mewujudkannya dengan tindakan yang nyata (Kotler dan Keller, 2016).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepercayaan atribut objek.</li> <li>2. Kepercayaan atribut manfaat.</li> <li>3. Kepercayaan objek manfaat (Salam, 2016)</li> </ol>
2.	Produk (X <sub>1</sub> )	Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler & Amstrong, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja.</li> <li>2. Fitur.</li> <li>3. Reliabilitas.</li> <li>4. Kesesuaian dengan spesifikasi.</li> <li>5. Daya tahan</li> <li>6. Serviceability</li> <li>7. Keindahan</li> <li>8. Kualitas yang dipersepsikan (Poluakan, 2017).</li> </ol>
3.	Promosi (X <sub>2</sub> )	Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan (Tjiptono, 2015)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menginformasikan (informing)</li> <li>2. Membujuk pelanggan sasaran (persuading)</li> <li>3. Mengingatnkan (reminding) (Syaleh, 2017)</li> </ol>
4.	Harga (X <sub>3</sub> )	Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penetapan harga berbasis permintaan</li> </ol>

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
		untuk sebuah produk atau jasa (Kotler dan Amstrong, 2014).	2. Penetapan harga berbasis biaya 3. Penetapan harga berbasis laba 4. Penetapan harga berbasis persaingan (Devy, 2018)

### 3.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2014) sumber primer adalah pengambilan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari lapangan. Sumber ini dapat diperoleh peneliti dari jenjang umur, pendidikan, pekerjaan, jumlah gaji dan lain sebagainya yang dijadikan bahan oleh peneliti dalam pengumpulan data guna keperluan penelitian. Adapun sumber data dibagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Data Primer adalah data yang berasal langsung dari objek penelitian, yaitu berupa kuisioner yang diberikan secara langsung kepada responden untuk memperoleh informasi tentang variabel produk, promosi dan harga terhadap kepercayaan keputusan pembelian. Data primer berupa data hasil jawaban angket responden didapatkan dengan peneliti datang kepada pembeli sepeda motor Honda Scopy pada wilayah Jepara.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui dokumentasi seperti buku literatur, jurnal penelitian terdahulu serta data lainnya yang menunjang materi penulisan pada penelitian ini bersumber dari PT Astra Motor Jepara tahun 2019.

### 3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

## 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah pembeli sepeda motor Honda Scopy pada wilayah Jepara yang jumlahnya tidak bisa diketahui secara pasti.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak di ketahui dengan pasti (tak terhingga), maka besar sampel yang digunakan rumus Rao Purba dalam menggunakan rumus sebagai berikut :

$$N = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Diketahui:

N : Ukuran sampel

Z : 1,96 score pada tingkat signifikan tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)

Moe : Margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Karena jumlah pembeli sepeda motor Honda Scopy pada wilayah Jepara tidak diketahui secara pasti (tak terhingga). Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$N = \frac{(1.96)^2}{4(10\%)^2}$$

$$N = 96.04$$

Dari perhitungan di atas, sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah sebanyak 96.04 yang dibulatkan menjadi 96 konsumen.

### **3. Teknik Pengambilan Sampel**

Penentuan pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling, nonprobability sampling menurut (Sugiyono, 2014). Merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *nonprobability* yang digunakan melalui metode *insidental sampling* yaitu responden yang dijadikan sampel yang ditemui di lokasi penelitian pengukuran variabel.

#### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Kuesioner**

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang responden ketahui (Sugiyono, 2014). Dalam menjawab pertanyaan yang diajukan, peneliti menggunakan skala *likert* yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden. Jawaban yang mendukung pernyataan diberi dengan skor tertinggi yaitu 5, sedangkan untuk jawaban yang tidak mendukung pernyataan akan diberi skor terendah yaitu 1.

##### **2. Wawancara**

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari narasumber (Sugiyono, 2014). Peneliti melakukan wawancara kepada pembeli sepeda motor Honda Scopy pada wilayah Jepara

untuk melakukan penelitian pendahuluan untuk menemukan masalah dan mengumpulkan informasi juga mengetahui jumlah responden.

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan berbagai informasi yang berhubungan dengan objek penelitian yang diperoleh dari pembeli sepeda motor Honda Scopy pada wilayah Jepara.

#### **3.5 Metode Pengolahan Data**

Dalam penelitian ini, akan digunakan alat analisis yaitu, regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh produk, promosi dan harga terhadap kepercayaan keputusan pembelian sepeda motor Honda Scopy. Untuk melakukan analisis tersebut, ada beberapa tahap yang akan dilaksanakan:

##### **1. *Editing***

*Editing* adalah kegiatan yang dilaksanakan setelah penelitian selesai menghimpun data di lapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya bahwa data yang terhimpun kadang kala belum memenuhi harapan peneliti, ada di antaranya kurang atau terlewatkan, tumpang tindih, berlebihan bahkan terlupakan. Proses *editing* dimulai dengan memberi identitas pada instrumen penelitian yang telah terjawab. Kemudian memeriksa satu per-satu lembaran instrumen pengumpulan data, kemudian memeriksa poin-poin serta jawaban yang tersedia.

##### **2. *Coding***

Kegiatan berikutnya adalah meng-klasifikasikan data-data tersebut melalui tahapan *coding*. Data yang telah diedit tersebut diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu saat dianalisis.

### **3. Scoring**

*Scoring* adalah proses pemberian nilai atau angka pada jawaban untuk memperoleh data kuantitatif yang diperlukan pada pengujian hipotesis. Pemberian nilai didasarkan pada skala *likert*. Skala *likert* merupakan metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidaksetujuannya terhadap subjek, objek atau kejadian tertentu. Skala *likert* umumnya menggunakan empat angka penilaian, yaitu tidak setuju dengan nilai 1, ragu-ragu dengan nilai 2, netral dengan nilai 3, setuju dengan nilai 4, dan sangat setuju dengan nilai 5.

### **4. Tabulasi**

Tabulasi adalah bagian terakhir dari pengolahan data. Maksud tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu yang mengatur angka-angka serta menghitungnya. Ada beberapa jenis tabel yang dipakai dalam penelitian sosial, yaitu tabel data, tabel kerja. Tabel data adalah tabel yang dipakai untuk mendeskripsikan data sehingga memudahkan peneliti untuk memahami struktur dari sebuah data, sedangkan tabel kerja adalah tabel yang dipakai untuk menganalisa data yang tertuang dalam tabel data.

## **3.6 Metode Analisis Data**

### **3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Uji validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan untuk mengetahui instrumen yang disusun merupakan instrumen yang baik untuk penelitian atau tidak. Instrumen dikatakan baik meliputi dua persyaratan yaitu valid dan reliabel. Apabila instrumen telah diuji validitas dan reliabilitasnya, maka akan diketahui butir-butir yang sah digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

Pengukuran validitas dan reliabilitas instrumen penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali (Ghozali, 2011).

### **1. Uji Validitas**

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *pearson correlation*, yaitu dengan cara menghitung korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor (Ghozali, 2011). Kriteria valid atau tidak adalah jika korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor mempunyai tingkat signifikan  $< 0,05$  maka butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid dan jika korelasi skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor mempunyai tingkat signifikan  $> 0,05$  maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2011).

### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat memberikan ukuran yang konstan atau tidak. Teknik yang digunakan adalah teknik koefisien *cronbach's alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha*  $> 0,60$  (Ghozali, 2011).

## **3.6.2 Uji Asumsi Klasik**

### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data, berbentuk distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui distribusi data frekuensi masing-masing variabel dalam penelitian normal atau tidak, maka dilakukan



dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dan melihat hasil bagian baris Kolmogorov-Smirnov Z dan *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Jika nilai *Asymp Sig* kurang dari atau sama dengan 0,05 maka data berdistribusi normal, jika *Asymp Sig* lebih dari 0,05 maka distribusi data tidak normal (Ghozali, 2011).

## 2. Uji Linieritas

Uji Linieritas merupakan analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier atau tidak. Apabila pola regresinya linier maka analisis model linier dapat dilakukan. Uji Linieritas penelitian ini menggunakan metode uji F pada taraf signifikansi 5% pada ketiga variabel tersebut. Jika nilai Signifikansi  $F_{hitung}$  kurang dari atau sama dengan 0,05 maka hubungannya bersifat linier (Muhson, 2015).

## 3. Uji Multikolinearitas

Penelitian ini terdapat tiga variabel independen. Maka uji mutikolinearitas dipakai jika hanya ada tiga variabel bebas. Uji mutikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi kuat, terdapat masalah mutikolinearitas yang harus diatasi. Untuk Mengukur mutikolinearitas dapat diketahui dari besaran VIF (*variance inflation factor*). Kriterianya adalah jika nilai VIF tersebut kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2011).

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut homoskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan *spearman's rho*, yaitu mengkorelasikan nilai residual (*unstandardized residual*) dengan masing-masing variabel independen. Jika signifikansi korelasi kurang dari 0,05, maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas. (Ghozali, 2011).

##### 3.6.3 Uji Hipotesis Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis *regresi berganda* karena ingin mengetahui bagaimana variabel independen (X) dapat mempengaruhi variabel dependen (Y) secara langsung. Model regresi berganda bertujuan untuk memprediksi besar variabel dependen dengan menggunakan data variabel independen yang sudah diketahui besarnya. Analisis regresi ini mempunyai persamaan:

$$\hat{Y} = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = kepercayaan keputusan pembelian

$\alpha$  = Konstanta

X<sub>1</sub> = produk

X<sub>2</sub> = promosi

X<sub>3</sub> = harga

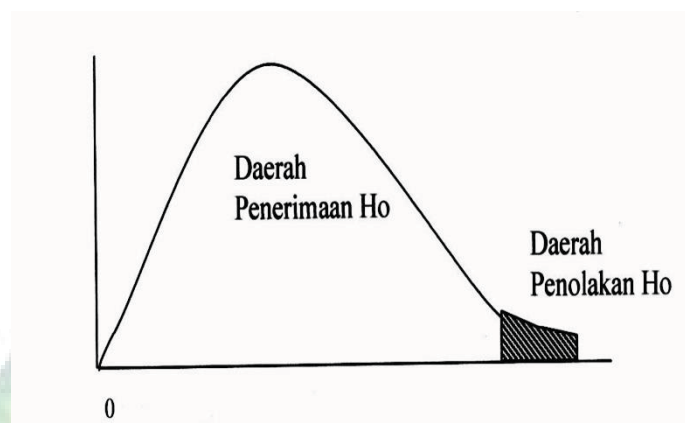
b<sub>1</sub>b<sub>2</sub>b<sub>3</sub> = koefisien regresi

e = error

Pengujian hipotesis dilakukan melalui:

## 1. Uji Statistik F

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi berganda mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yang diuji secara signifikan dengan nilai 0,05 (Ghozali, 2011).



Gambar 3. 1. Kurva uji F  
Sumber: Ghozali, (2011)

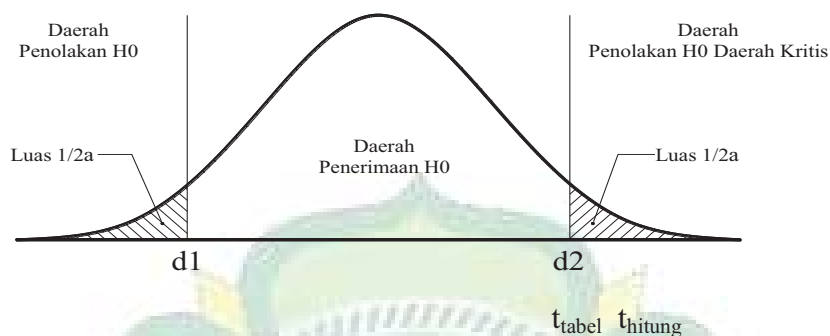
Langkah-langkah untuk pengujian tersebut yaitu:

- a. Menetapkan tingkat signifikan yang digunakan yaitu 0.05.
- b. Menghitung nilai sig-F dengan menggunakan *software* SPSS 21.
- c. Menganalisis data penelitian yang telah diolah dengan kriteria pengujian yaitu bila nilai sig-F kurang dari tingkat signifikan 0.05 berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Begitupun jika nilai sig-F lebih dari 0.05 berarti variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

## 2. Uji Statistik t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen

dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0.05 (Ghozali, 2011).



Gambar 3.2 Kurva uji t  
Sumber: Ghozali, (2011)

Langkah-langkah untuk pengujian tersebut:

- Menetapkan tingkat signifikan yang digunakan yaitu 0.05.
- Menghitung nilai sig-t dengan menggunakan *software* SPSS 21.
- Menganalisis data penelitian yang telah diolah dengan kriteria pengujian yaitu bila nilai signifikan kurang dari tingkat signifikan 0.05 berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen sedangkan bila nilai signifikansi lebih dari 0.05 variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hipotesis yang telah diajukan dirumuskan sebagai berikut:

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, Tidak terdapat pengaruh positif signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen

- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya Terdapat pengaruh positif signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Atau dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika  $\text{Sig. } t_{hitung} > 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, Tidak terdapat pengaruh positif signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen
- b. Jika  $\text{Sig. } t_{hitung} < 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya Terdapat pengaruh positif signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

### 3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. 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 variabel yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).