

### BAB III

#### METODOLOGI PENELITIAN

##### A. Jenis Penelitian

Dari jenis penelitian yang digunakan dengan metode penelitian eksplanatory yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2007).

##### B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti akan memperoleh suatu data yang berasal dari responden yang penulis teliti. Lokasi penelitian yang penulis teliti adalah pada kampus II Universitas Medan Area Medan Setiabudi. Sedangkan waktu penelitian dilakukan mulai dari bulan Januari 2015 sampai dengan bulan April 2015. Adapun table rencana penelitian sebagai berikut :

**Tabel 3.1.**  
*Time Schedule Penelitian*

No	keterangan	Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pembuatan, Seminar Proposal	■	■														
2	Pengumpulan Data			■	■	■	■										
3	Analisa Data					■	■	■	■								
4	Penyusunan Skripsi						■	■	■	■	■	■	■				
5	Pengajuan Sidang Meja Hijau													■	■	■	■

## C. Populasi dan Sampel.

### 1. Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2007), yaitu:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Honda Beat yang ada di kampus II Universitas Medan Area setiabudi Medan.

### 2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diteliti. Sedangkan sampling yaitu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, artinya tidak mencakup seluruh obyek penelitian akan tetapi hanya sebagian dari populasi saja, yaitu hanya mencakup sampel yang diambil dari populasi tersebut (Supranto, 2003).

Dalam penelitian ini, Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling nonprobabilitas (convenience sampling)* dimana *sampling nonprobabilitas* merupakan teknik yang memberikan kebebasan kepada peneliti untuk menentukan anggota populasi yang masuk dalam sampel. *Convenience sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kelayakan anggota sampel yang memadai memberikan informasi dan dilakukan dengan cara memilih sampel dari orang yang paling mudah dijumpai yaitu sebanyak 60 responden.

#### D. Definisi Operasional

Yang dimaksud definisi operasional adalah untuk memberikan penjelasan dalam pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian :

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

No	Variabel	Indicator	skala
1.	Produk (X1) Merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Performa mesin</li> <li>2. Konsumsi bahan bakar irit</li> <li>3. Tingkat kebandelan mesin</li> <li>4. Tingkat kestabilan mesin</li> </ol>	Ordinal
2	Citra Merek (X2) Citra merek adalah persepsi konsumen mengenai merek (nama) produk.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merupakan merek terpercaya</li> <li>2. Merek yang sesuai dengan kepribadian pelanggan</li> <li>3. Desain mudah dikenali</li> <li>4. Merek terkenal</li> </ol>	ordinal
3	Promosi (X3) Promosi adalah suatu kegiatan yang mengkombinasikan keunggulan produk dan menunjuk konsumen untuk membeli	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aktivitas pemberian hadiah atau sampel produk kepada konsumen.</li> <li>2. AktivitasKontak langsung antara produsen dengan konsumen.</li> <li>3. Kualitas dan Kuantitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi.</li> </ol>	Ordinal
4	Keputusan Pembelian (Y). Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang di tawarkan oleh penjual.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebutuhan</li> <li>2. Keyakinan akan kualitasdalam membeli.</li> <li>3. Merekomendasikan pembelian produk</li> </ol>	ordinal

### E. Pengukuran Variabel

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini berasal dari kuesioner dengan pengukuran data ordinal. Pengukuran data ordinal (*ordinal scale*) akan menunjukkan data sesuai dengan sebuah orde atau urutan tertentu (Ferdinand, 2006). Sedangkan tipe skala ordinal yang digunakan yaitu *semantic scale* yaitu respons terhadap sebuah stimuli yang disajikan dalam bentuk kategori sematik, yang menyatakan sebuah tingkatan sifat atau keterangan tertentu (Ferdinand, 2006)

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban responden diberi skor sebagai berikut:

**Tabel Skor**  
**Tabel 3.1**

Pilihan jawaban	Kode	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Cukup Setuju	CS	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	ST	5

Semakin besar jumlah nilai yang diberikan responden untuk tiap faktor, menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

## **F. Jenis dan Sumber Data**

Sumber data adalah informasi yang memiliki arti bagi penggunanya. Data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Sedangkan dari data yang digunakan untuk menyusun skripsi ini menggunakan sumber data antara lain:

### **1. Data Primer**

Data Primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari obyeknya. Data ini berupa informasi yang diperoleh melalui keterangan dari karyawan, yang berupa pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner atau wawancara maupun pengamatan langsung dengan responden mengenai kualitas produk, merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian Honda Beat.

### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari organisasi atau perorangan yang berupa literatur seperti majalah, surat kabar, buku-buku referensi, artikel, jurnal, website maupun keterangan dari kantor yang ada hubungannya dalam penelitian tersebut dan kaitannya dengan produk, merek dan promosi. Misalnya, dengan koordinasi di bagaian kepegawaian sehingga telah diperoleh data tentang perusahaan dan data awal pendukung berkaitan tentang kualitas produk, merek dan promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen sepeda motor Honda Beat.

## **G. Teknik Pengumpulan Data.**

Metode pengumpulan data adalah suatu cara pengambilan data atau informasi dalam suatu penelitian. Adapun metode dalam pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara :

### a. Kuesioner

Yaitu pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara tertulis guna memperoleh tentang tanggapan konsumen terhadap faktor kualitas Produk, Merek, dan Promosi Honda Beat yang telah dilakukan oleh konsumen.

### b. Pustaka

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menghimpun informasi melalui literature-literature, dan kajian-kajian penelitian terdahulu yang relevan.

Langkah-langkah yang digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini sebagai berikut :

#### *1. Editing*

Adapun tahapan pertama dalam pengolahan data yang diperoleh peneliti dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden serta ketidak pastian jawaban responden.

## 2. Coding

Adalah memberikan atau tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat memudahkan peneliti mengenai tabulasi.

## 3. Tabulasi

Adalah Perhitungan data yang telah dikumpulkan dalam masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah dimengerti.

### **Uji Asumsi Klasik**

Model regresi yang baik adalah yang memenuhi seluruh uji asumsi klasik, yaitu data terdistribusi normal, tidak terjadi multikolonieritas, bebas dari autokolerasi, dan homokedastisitas. Pada penelitian ini, tidak dilakukan autokolerasi karena penelitian ini menggunakan kuesioner yang tidak menggunakan observasi berurutan sepanjang waktu.

### **H. Uji Validitas dan Reabilitas**

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *coefficient correlation pearson* yaitu dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor (Ghozali, 2005).

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan v adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* (pengukuran sekali saja). Disini pengukuran hanya dilakukan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Numally, 1967 dalam Ghozali, 2005).

## I. Regresi Berganda

Metode analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode kuantitatif digunakan metode regresi linear berganda dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan pembelian

a = konstanta

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

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Citra Merek

X<sub>3</sub> = Promosi

e<sub>1</sub> = error term

## J. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan terhadap hipotesis statistik menggunakan uji t dan uji F.

### 1. Uji t

Uji t adalah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terdiri dari faktor psikologis yang terdiri kualitas produk citra merek dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis yang akan diuji sebagai berikut :

Ho : Tidak adanya pengaruh antara variabel independen dari variabel dependen.

H<sub>1</sub> : Ada pengaruh antara variabel independen dari dependen.

Taraf uji  $\alpha = 0,05$

### 2. Uji F.

Uji F adalah pengujian secara *simultan* (bersama-sama) untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel independen antara faktor kualitas produk citra merek dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Rumusan yang digunakan adalah sebagai berikut :

Ho : Tidak adanya pengaruh dari variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh antara variabel independen secara simultan dari variabel dependen.

Taraf uji  $\alpha = 0,05$

*Degree of freedom* :  $dk = k: n-k-1$

Jika  $F_{hitung}$  atau  $t_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $t_{tabel}$  artinya  $H_1$  diterima dan sebaliknya

