

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian kausalitas untuk mengetahui kemungkinan hubungan sebab-akibat. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif-induktif. Pendekatan ini berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, atau pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan beserta pemecahannya yang ditujukan untuk memperoleh pembenaran atau penilaian dalam bentuk dukungan data empiris lapangan.

Menurut Arikunto (2013:27) penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta pemaparan hasilnya. Penulis bermaksud untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan Creswell (2012: 13), menjelaskan penelitian kuantitatif mewajibkan peneliti untuk menjelaskan tentang bagaimana suatu variabel berpengaruh terhadap variable lainnya.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan proses pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian yang bertujuan menguji apakah ada pengaruh daya tarik promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor Vespa

#### **3.2 Populasi Dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah totalitas dari semua nilai yang mungkin, hasil dari menghitung ataupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin mempelajari sifat-sifatnya (Sudjana 2010: 6).

Menurut Morissan (2012: 19), Populasi adalah sebagai suatu kumpulan variabel, subjek, konsep, atau fenomena. Kita dapat meneliti setiap anggota populasi guna mengetahui sifat populasi yang bersangkutan.

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2009:115). Populasi dari penelitian ini adalah para pemilik kendaraan bermotor Vespa.

### **3.2.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2010:115) Sampel merupakan bagian dari seluruh karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi itu sendiri. Sampel dari penelitian merupakan bagian atau wakil dari populasi yang diteliti merupakan pemilik kendaraan bermotor dengan merek Vespa.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Dijelaskan menurut Sugiyono (2010:122) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penentuan sampel Sugiyono (2019:143) menjelaskan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampel sampai dengan 500 sampel. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 100 orang.

Terdapat berbagai jenis angket yang dapat dipakai dalam melakukan sebuah penelitian. Seperti yang disebutkan Arikunto (2010:195) Kuesioner dibeda-bedakan atas beberapa jenis, jika dipandang dari cara menjawab maka ada :

1. Kuesioner terbuka, yang memberi kesempatan kepada responden untuk menjawab dengan kalimatnya sendiri.
2. Kuesioner tertutup, yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih.

Angket ini digunakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan. Peneliti disini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode Angket, Pengisian angket/Kuesioner akan dilakukan secara online, Dengan Angket ini responden mudah memberikan jawaban

karena alternatif jawaban sudah disediakan dan membutuhkan waktu singkat dalam menjawabnya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2014: 230) kuesioner ialah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kemudian dijawab oleh responden. Angket ini diajukan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pertanyaan yang sudah tersedia. Peneliti disini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode angket, pengisian angket/kuesioner akan dilakukan secara online, dengan angket ini responden mudah memberikan jawaban karena alternatif jawaban sudah disediakan dan membutuhkan waktu singkat dalam menjawabnya.

### **3.3 Sumber data, Variabel dan Skala Pengukuran**

#### **3.3.1 Sumber data**

Dalam penelitian ini menggunakan data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Ada 2 sumber penelitian, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder (Sugiyono, 2015). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

##### **1. Data Sekunder**

Menurut Sugiyono (2015) data sekunder adalah sumber data yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau lewat orang lain.

##### **2. Data Primer**

Pengertian menurut Sugiyono (2015) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner ke konsumen kendaraan bermerek VESPA secara online yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner.

#### **3.3.2 Variabel**

Menurut Sugiyono (2017:38) mengemukakan bahwa variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal yang diteliti, kemudian peneliti menarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen.

a. Variabel independen

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Promosi (X1) dan Citra merek (X2)

b. Variabel dependen

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen yang diberi simbol (Y).

### **3.3.3 Skala Pengukuran**

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang atau pendeknya interval yang ada didalam alat ukur, kemudian alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2012:92).

### **3.3.4 Metode Analisis Data**

Bahwa teknik analisis data merupakan cara yang digunakan berkenaan dengan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian (Sugiyono, 2018, hlm. 285).

Dalam menganalisis data penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017: 147) “Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”

Metode yang digunakan adalah sebagai berikut : hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (kuesioner/angket).

Dimana Promosi (variabel X1), Citra merek (variabel X2) dan keputusan

pembelian (variabel Y), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan.

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

No	Aletrnatif Jawaban	Bobot Nilai
1.	TS (Tidak Setuju)	1
2.	KS (Kurang Setuju)	2
3.	N (Netral)	3
4.	S (Setuju)	4
5.	SS (Sangat Setuju)	5

Sumber: Sugiyono (2017:94)

Untuk menganalisis dari setiap pertanyaan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya peneliti membuat garis kontinum.

$$(\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pertanyaan}}$$

Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut :

- a. Indeks Minimum : 1
- b. Indeks Maksimum : 5
- c. Interval :  $5-1 = 4$
- d. Jarak Interval :  $(5-1) : 5 = 0,8$

**Tabel 3.2**  
**Kategori Skala**

Skala		kategori
4,21	5,00	Sangat Baik
3,41	4,20	Baik
2,61	3,40	Cukup Baik
1,81	2,60	Tidak Baik
1,00	1,80	Sangat Tidak Baik

Sumber: Sugiyono (2017:97)

## 2. Analisis Regresi Berganda

Regresi linier berganda berfungsi untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat kemudian apakah masing-masing variabel bebas berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai variabel terikat yang mengalami kenaikan atau penurunan (Yuni,dkk. 2013)

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen yaitu: Promosi (X1) dan Citra Merek (X2) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b1... b2 = Koefisien regresi

X1 = Promosi

X2 = Citra Merek

e = Error

Setelah mendapatkan persamaan regresi, peneliti melanjutkan dengan Pengujian Hipotesis, yang terdiri dari Uji F, Uji t, dan Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Uji t dilakukan guna mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Sedangkan Uji F

dilakukan guna mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mencari keeratan hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi dihitung menggunakan jumlah persen, dimana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen sejumlah persen tertentu, dan selebihnya adalah pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini (Kuncoro, 2011).

### 3. Analisis Uji Prasyarat

Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik ialah persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda, ada empat uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik penting dilakukan untuk menghasilkan estimator yang linier tidak bias dengan variasi yang minimum (Best Linear Unbiased Estimator = BLUE), yang berarti model regresi tidak mengandung masalah. Tidak ada ketentuan yang pasti tentang urutan uji yang harus dipenuhi terlebih dahulu. Berikut ini adalah uji asumsi klasik yang harus dipenuhi oleh model regresi :

#### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:160) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan salah satunya menggunakan analisis statistik one simple kolmogorov smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

#### b. Uji Linieritas

Ghozali (2016:159) menyatakan bahwa uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris

sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, atau kubik. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antara variabel dependen dan variabel independen.

1. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka hubungan antara variabel bebas Promosi (X1) dan Citra merek (X2) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah linear.

2. Jika nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka hubungan antara variabel bebas Promosi (X1) dan Citra merek (X2) dengan variabel terikat Keputusan pembelian (Y) adalah tidak linear.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada tidaknya korelasi variabel-variabel independen antara yang satu dengan lainnya (Sudarmanto, 2013:224). Penelitian ini menggunakan nilai VIF (Variance Inflation Factor). Menurut Ghozali (2013:106) menyatakan bahwa nilai VIF yang lebih dari 10 maka variabel bebas terjadi multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2013:139) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Metode yang digunakan peneliti adalah uji Glejser. Jika nilai sig pada uji Glejser untuk setiap variabel bebas  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas atau disebut residual tidak sama. Jika nilai sig pada uji Glejser untuk setiap variabel bebas  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut varians residual yang sama.

### 3.4 Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis Uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS meliputi :

1. Uji statistik (Uji-F)

Menurut Ghozali (2012 : 98) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel, jika F hitung > dari F tabel, ( $H_0$  di tolak  $H_a$  diterima) maka model signifikan atau bisa dilihat dalam kolom signifikansi pada Anova (Olahan dengan SPSS, Gunakan Uji Regresi dengan Metode Enter/Full Model). Model signifikan selama kolom signifikansi (%) < Alpha (kesiapan berbuat salah tipe 1, yang menentukan peneliti sendiri, ilmu sosial biasanya paling besar alpha 10%, atau 5% atau 1%). Dan sebaliknya jika F hitung < F tabel, maka model tidak signifikan, hal ini juga ditandai nilai kolom signifikansi (%) akan lebih besar dari alpha.

## 2. Uji Parsial (Uji-T)

Menurut Ghozali (2012 : 98) Uji-T digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah atau parsial. Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig (significance). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

## 3. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinasi  $R^2$  adalah estimasi variabel tidak bebas yaitu Keputusan Pembelian yang disumbangkan oleh variabel bebas yaitu

variabel promosi dan citra merek. Untuk mengukur besarnya proporsi (prosentase) sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi merupakan alat ukur untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali 2012 : 97). Sedangkan untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan koefisien determinasi (Kd) dengan rumus menurut Sugiyono (2012: 257) sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Kuadrat Koefisien Korelasi

Berdasarkan rumus di atas maka hasil perhitungan dapat dikategorikan dalam kriteria besarnya pengaruh berdasarkan tabel sebagai berikut sebagai berikut

**Kriteria Koefisien Determinasi**

Interval	Tingkat pengaruh
0% - 19.9%	Sangat rendah
20%-39.9%	Rendah
40%-59.9%	Sedang
60%-79.9%	Kuat
80%-100%	Sangat Kuat