

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif dan menggunakan data primer. Penelitian yang digunakan adalah penelitian yang bersifat deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kondisi masyarakat tentang sifat, karakteristik, dan nilai-nilai tertentu. Penelitian ini bersifat umum yang tampak di permukaan sebagai suatu gejala. Hasil dari penelitian ini berupa gambaran umum tentang kondisi masyarakat yang kemungkinan berguna untuk mengelola aktivitasnya di masa yang akan datang.

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah kausalitas yang merupakan hubungan sebab akibat antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, yaitu antara variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepuasan konsumen terhadap variabel loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah peneliti mencoba apakah variabel independen (sebab) dengan variabel dependen (akibat), variabel mediasi (penghubung) dan untuk menentukan arah pengaruh hubungan tersebut. Dengan mengetahui hubungan sebab-akibat antar variabel, peneliti dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya suatu fenomena atau kejadian, dan memberikan saran atau rekomendasi untuk mengatasi atau memperbaiki situasi yang dihadapi.

Peneliti memilih untuk menggunakan metode kuantitatif, karena metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan

bertujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Metode ini juga memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis statistik yang mendalam terhadap data yang diperoleh, sehingga dapat dihasilkan kesimpulan yang lebih objektif dan akurat. Oleh karena itu, metode ini dapat diandalkan dalam variabel motivasi, persepsi, sikap konsumen, dan keputusan pembelian.

3.2 Populasi dan Sampel

A. Populasi

Menurut Arikunto (2017,p.173) menyatakan bahwa, populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang memiliki karakteristik yang sama dan dapat dijadikan sumber data untuk memperoleh atau menjawab masalah penelitian yang telah ditetapkan. Populasi dapat berupa individu, kelompok, organisasi atau wilayah yang memenuhi kriteria dan batasan yang telah ditentukan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan jasa service di bengkel AHASS 02725 Sukun Kota Malang. Untuk jumlah sampelnya tidak diketahui jumlahnya secara pasti sehingga pengambilan sampling menggunakan metode *accidental sampling* di Bengkel AHASS.

B. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin di teliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2018) "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasari oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Accidental Sampling dan Purposive Sampling. Menurut (Sugiyono 2016) accidental sampling yaitu mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jumlah sampel ditetapkan atas pertimbangan pribadi, dengan catatan bahwa sampel tersebut cukup mewakili populasi dengan pertimbangan biaya dan waktu.

3.3 Obyek dan Sumber Data Penelitian

A. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah fakta, peristiwa, masalah, atau kondisi yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian yang sedang dilakukan. Objek penelitian harus dijelaskan secara rinci, jelas dan spesifik sehingga dapat dipahami dengan baik oleh peneliti maupun pembaca. (Arikunto, 2016).

Obyek yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Malang yang sedang menunggu di ruang tunggu bengkel AHASS selama sepeda motornya diservis oleh mekanik bengkel AHASS 02725 Sukun Kota Malang. Data yang digunakan adalah data primer, menurut Sugiyono (2018:456) "Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data". Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber atau tempat objek penelitian dilakukan.

3.4 Variabel dan Pengukuran

A. Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini ada dua variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) sebagai berikut :

- 1) Variabel independen. Variabel bebas adalah variabel yang dapat memengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lainnya. Pada penelitian ini variabel bebasnya yaitu kualitas pelayanan dan Citra Perusahaan. Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Instrumen yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan berdasarkan instrumen yang dikembangkan oleh Lupiyoadi

(2001:148). Kualitas pelayanan dan Citra Perusahaan meliputi masing-masing 5 item pertanyaan dengan indikator meliputi *value*, nilai perusahaan, *reputation*, *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Untuk mengukur masing-masing instrumen penelitian ini digunakan skala likert, dengan lima alternatif jawaban yaitu: “sangat setuju (ss), setuju (s), netral (n), tidak setuju (ts) dan sangat tidak setuju (sts)” (Sugiyono, 2008).

- 2) Variabel dependen adalah variabel dependen atau variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Instrumen yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan berdasarkan instrumen yang dikembangkan oleh Griffin (2003). Pengukuran loyalitas pelanggan meliputi 5 item pertanyaan dengan indikator meliputi pembelian ulang, membeli antar lini produk atau jasa, mereferensikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing.
- 3) Variabel Mediasi (Penghubung) Variabel mediasi (Z) adalah variabel yang mempengaruhi fenomena yang diobservasi (variabel dependen), variabel mediasi sering juga disebut dengan variabel intervensi, karena memediasi atau mengintervensi hubungan kausal variabel independen ke variabel dependen (Jogiyanto, 2004). Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diartikan sebagai hasil dari berbagai upaya perusahaan demi memikat pelanggan. Instrumen yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan instrumen yang dikembangkan oleh Consuegra (2007). Pengukuran kepuasan konsumen meliputi 5 item pertanyaan dengan indikator meliputi kesesuaian harapan, persepsi kinerja, penilaian pelanggan, harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk. Untuk mengukur masing-masing instrumen penelitian ini digunakan skala likert, dengan lima alternatif

jawaban yaitu: “sangat setuju (ss), setuju (s), netral (n), tidak setuju (ts) dan sangat tidak setuju (sts)” (Sugiyono, 2008).

3.4.2 Pengukuran Variabel

Untuk mengukur variabel penelitian ini maka digunakan skala likert. Menurut (Sugiyono, 2013, p. 134) “Skala likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, persepsi atau kelompok tentang fenomena sosial”.

Dengan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijabarkan menjadi sub indikator. Untuk keperluan penelitian kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, sebagai berikut :

Tabel 3.2 Pengukuran Variabel

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2012:94)

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan untuk kebutuhan penelitian ini yaitu berupa pertanyaan yang dibuat oleh peneliti serta jawaban yang diisi oleh responden menurut pendapatnya. Kuesioner menurut (Sujarweni, 2020:94) merupakan suatu instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada para

responden untuk mereka jawab. Kuesioner merupakan pilihan peneliti dalam penelitian ini dikarenakan nya metode nya yang cocok dalam proses pengumpulan data.

3.5.2 Sumber data

Data penelitian dikumpulkan oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner yang kemudian diuji signifikansinya menggunakan program SPSS. Skala likert adalah salah satu teknik pengukuran sikap atau pendapat responden dalam penelitian dengan cara memberikan pernyataan dan meminta responden untuk memberikan tanggapan pada setiap pernyataan tersebut dengan menggunakan skala likert

3.6 Metode Analisis

Analisis data penelitian merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengolah dan mengintensipkan data yang telah dikumpulkan (Arikunto, 2008). Menurut (Sugiyono, 2018, p. 226) analisis data adalah suatu proses yang dilakukan untuk mengolah, mengorganisir, dan menafsirkan data yang telah diperoleh dalam suatu penelitian. Tujuan dari analisis data ini adalah untuk mendapatkan informasi yang berguna, menguji hipotesis, dan menyusun kesimpulan yang akurat berdasarkan hasil penelitian.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan program SPSS untuk membantu mendapatkan jawaban dan gambaran penelitian dari jawaban responden pada kuesioner yang telah dibagikan mengenai pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk "Honda" di kecamatan Sukun di kota Malang.

3.6.2 Uji Kausalitas

Uji Kualitas pada data penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui data yang digunakan di dalam penelitian adalah benar dan dapat diandalkan.

3.6.3 Uji Validitas Data

Instrumen yang memastikan bahwa kuesioner memiliki hubungan yang sesuai dengan instrumen yang telah teruji kebenarannya atau dengan variabel kriteria yang sudah mapan (Arikunto, 2010, p. 211). Uji validitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat ke valid-an dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data atau untuk mengetahui apakah pokok-pokok yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan pada sentrum apa yang diteliti. Berikut ini rumus kolerasi validitas ini :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x - (\sum x)^2\}\{n \sum y - (\sum y)^2\}}}$$

Sumber : Sugiyono (2014)

Keterangan :

n = Banyaknya pasangan pengamatan.

$\sum xi$ = Jumlah pengamatan variabel X.

$\sum yi$ = Jumlah pengamatan variabel Y.

$(\sum xi^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel X.

$(\sum yi^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel Y.

$(\sum xi)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel X.

$(\sum yi)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel Y.

$(\sum xiyi)$ = Jumlah hasil kali variabel X dan Y.

Ketentuan apakah suatu butir instrumen tersebut valid atau tidak adalah dengan melihat dari probabilitas koefisien korelasi datanya. Uji validitas dilakukan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan nilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator dari variabel penelitian tersebut dinyatakan valid.

3.6.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas penting dilakukan untuk mengevaluasi kualitas instrumen pengukuran seperti kuesioner agar dapat diandalkan dan memastikan bahwa hasil pengukuran yang diperoleh akurat dan konsisten. Dari instrumen pengukuran ini untuk mengetahui kehandalan dan sejauh mana data yang diperoleh melalui pengukur dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*, variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Jika kurang dari 0,6 berarti kurang baik (Sugiyono, 2018).

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk memastikan bahwa data yang akan dianalisis memenuhi asumsi dasar dari teknik analisis statistik yang digunakan. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan uji linearitas sebagai berikut:

3.7.1 Uji Normalitas Data

Uji Normalitas digunakan untuk memeriksa apakah data yang dikumpulkan memiliki distribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan untuk membuktikan data berdistribusi normal akan dibuktikan dengan pengujian data berbentuk grafik histogram, *P – P Plot of Regression*, *Scatterplot*, dan pengujian dengan *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test* (Arikunto, 2010, p. 203).

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Digunakan untuk mengetahui masalah yang terjadi ketika terdapat hubungan linier yang kuat antara dua atau lebih variabel independen pada model regresi. Bila nilai VIF 10 maka ada indikasi multinasional yang tinggi. Ditambahkan bahwa model regresi yang baik ialah tidak terjaln adanya indikasi multikolinearitas (Ghozali, 2017, p. 71).

3.7.3 Uji *Heteroskedastisitas*

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan dalam analisis regresi untuk memeriksa apakah varian dari variabel dependen berubah secara

sistematis seiring perubahan nilai variabel independen. Dalam analisis regresi, asumsi homoskedastisitas harus terpenuhi, yaitu varian dari variabel dependen harus tetap konstan pada semua nilai variabel independen. (Wibowo, 2012, p. 93).

3.7.4 Uji Autokorelasi

Sugiyono (2016:82) menyatakan bahwa uji autokorelasi bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat ketergantungan antara data dalam suatu rangkaian waktu atau populasi. Hasil uji ini juga menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena pengamatan yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu dengan yang lainnya. Salah satu uji formal yang paling populer untuk mendeteksi autokorelasi adalah uji Durbin-Watson (DW), dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah :

1. Bila nilai DW terletak diantara batas atas atau upper bound (dU) dan ($4-dU$) maka koefisien autokorelasinya sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila DW lebih rendah dari batas bawah atau lower bound (dL) maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila DW lebih besar dari ($4-dU$) maka koefisien autokorelasinya lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi.
4. Bila nilai DW terletak antara batas atas (dU) dan bawah (dL) atau DW terletak antara ($4dU$) dan ($4-dL$) maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.8 Uji Pengaruh

3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Model regresi linear berganda digunakan buat menerangkan wujud hubungan linear bila variabel independennya dua

maupun lebih dengan variabel dependennya (Sugiyono, 2017, p. 275). Di bawah ini adalah persamaan analisis regresi linear berganda :

$$Y = a + b_1 \cdot x_1 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian pada penelitian ini).

a = Nilai Konstanta (nilai Y apabila $X_1 = 0$).

b = Nilai Koefisien regresi (nilai kenaikan atau penurunan pada variabel terikat yang didasarkan pada kedua variabel bebas /lebih).

X_1 = Strategi Pemasaran (pada penelitian ini).

e = error.

3.8.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisa determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabilitas variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) dalam model regresi linear. Analisa ditujukan untuk menunjukkan kemampuan total variabel terikatnya bisa dipengaruhi oleh variabel bebasnya (Wibowo, 2012, p. 135). Nilai R^2 adalah antara 0 dan 1, jika R^2 hasilnya kecil atau 0 maka dapat dikatakan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat yang terbatas. Jika nilai R^2 mendekati 1 atau lebih, dapat diartikan bahwa persentase variabel independen dalam model dipengaruhi 100% dari variabel dependen.

3.8 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t

Uji t berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen atau tidak. Nantinya tabel digunakan untuk menentukan nilai kritis t pada level signifikansi tertentu dan derajat kebebasan yang sesuai. Kriteria uji t yaitu:

Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian :

1. Jika t hitung (\leq) t tabel, maka hipotesis nihil (H_0) akan di terima, sehingga hipotesis alternatif (H_a) di tolak. Artinya strategi pemasaran berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Jika t hitung ($>$) t tabel, hipotesis nihil (H_0) akan di tolak, lalu hipotesis alternatif (H_a) yang di terima. Artinya strategi pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berikut ini rumus untuk menghitung uji t :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Sumber: (Sugiyono, 2018, p. 184)

Keterangan :

t = nilai t_{hitung} yang akan dikonsultasikan dengan t_{tabel}

r = korelasi parsial yang ditentukan

n = jumlah sampel