

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:2) 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 dipermukaan sebagai suatu gejala. Hasil dari penelitian ini berupa gambaran umum tentang kondisi masyarakat yang kemungkinan berguna untuk mengelola aktifitasnya 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 motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap variabel keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah peneliti mencoba apakah variabel independen (sebab) dengan variabel dependen (akibat), 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 instrument 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

3.2.1 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 173 pembeli motor Yamaha di Sukosari (*Dealer Yamaha Sukosari,2022*)

3.2.2 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. Menurut (Sugiyono, 2018, p, 133), teknik sampling dapat digolongkan menjadi dua bagian yaitu, *Probability sampling dan Non Probability Sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018) *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Teknik *Purposive Sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan karakteristik sebagai berikut,

- a. Laki-laki dan Perempuan.
- b. Warga Kecamatan Sukosari Kabupaten Bondowoso.
- c. Pembeli Sepeda motor merek “Yamaha” tahun produksi 2022.

Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yakni dengan mengambil 20% dari total 173 pembeli sepeda motor merek “Yamaha” yang dibulatkan menjadi 35 responden.

3.3 Obyek dan Sumber Data 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 kecamatan sukosari kabupaten bondowoso yang menggunakan motor “Yamaha” dengan tahun produksi 2022. 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 pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

3.4 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran

3.4.1 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, 2019:68). Dalam penelitian ini ada dua variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) sebagai berikut :

- 1) Variabel independen menurut Sugiyono (2017:39) mendefinisikan variabel independen adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah, motivasi, persepsi, dan sikap konsumen.
- 2) Variabel dependen menurut Sugiyono (2017:39) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian.

3.4.2 Operasionalisasi

a.) Variabel Motivasi (X1)

Menurut Hasibuan dalam (Sutrisno, 2017) motivasi adalah perangsang suatu keinginan dan daya penggerak kemauan kerja seseorang karena setiap motif

mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Dengan indikator-indikator menurut Kotler dan Keller (2009) sebagai berikut:

- Dorongan kebutuhan akan memiliki produk,
- Dorongan kebutuhan akan menggunakan produk,
- Dorongan untuk menunjang penampilan,
- Dorongan akan tren yang sedang terjadi di lingkungan sosial,
- Dorongan kegemaran akan produk

b.) Variabel Persepsi (X2)

Menurut Young dalam (Adrian, 2010) persepsi merupakan sebuah aktivitas berupa mengindra, mengintegrasikan, serta memberikan penilaian pada objek-objek fisik ataupun sosial. Penginderaan tersebut biasanya tergantung dari stimulus fisik dan sosial yang berada di dalam lingkungannya. Menurut Alfyan (2018) terdapat beberapa indikator persepsi yakni:

- Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu,
- Pengertian atau pemahaman terhadap objek,
- Penilaian atau evaluasi individu terhadap objek.
- Penilaian terhadap sudut pandang akan merk produk

c.) Variabel Sikap konsumen (X3)

Menurut Sumarwan (2014 p.166), sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut. Menurut Solomon (2009), indikator perilaku konsumen yaitu sebagai berikut:

- Merek Produk.
- Pengetahuan tentang Produk
- Perasaan seseorang terhadap produk
- Kenyamanan berbelanja membandingkan harga suatu produk.

d.) Variabel Keputusan pembelian (Y)

Menurut Mulyadi Nitisusastro (2012:195) menegaskan bahwa pengambilan keputusan konsumen merupakan proses interaksi antara sikap afektif, sikap kognitif,

sikap behavioral dengan faktor lingkungan dengan mana manusia melakukan pertukaran dalam semua aspek kehidupannya. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.
- Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.
- Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
- Membeli karena mendapat rekomendasidari orang lain.

3.4.3 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 3.1 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)

Tabel 3.2 Indikator Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator Variabel	Item pertanyaan
1	Motivasi	motivasi adalah perangsang suatu keinginan dan daya penggerak kemauan kerja seseorang karena setiap motif	Dorongan kebutuhan akan memiliki produk,	Saya terdorong membeli sepeda motor merek Yamaha karena kualitasnya terjamin.

		mempunyai tujuan yang ingin dicapai. (Sutrisno , 2017)	<p>Dorongan kebutuhan akan menggunakan produk,</p> <p>Dorongan untuk menunjang penampilan,</p> <p>Dorongan akan tren yang sedang terjadi di lingkungan sosial,</p> <p>Dorongan kegemaran akan produk</p>	<p>Saya membeli sepeda motor merek Yamaha karena kebutuhan sehari-hari.</p> <p>Sepeda motor merek Yamaha nyaman pemakaiannya.</p> <p>Sepeda motor merek Yamaha digemari oleh masyarakat sehingga saya membelinya.</p> <p>Model sepeda motor merek Yamaha bervariasi dan tidak ketinggalan jaman.</p>
2	Persepsi	persepsi merupakan sebuah aktivitas berupa mengindra, mengintegrasikan, serta memberikan penilaian pada objek-objek fisik ataupun sosial. (Adrian, 2010)	<p>Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu,</p> <p>Pengertian atau pemahaman terhadap objek,</p> <p>Penilaian atau evaluasi individu</p>	<p>Suara mesin sepeda motor Yamaha halus membuat saya tertarik untuk membelinya</p> <p>Daya tahan mesin sepeda motor merek Yamaha nyaman.</p> <p>Mesin sepeda motor merek Yamaha stabil dalam pemakaian jarak jauh.</p> <p>Bahan bakar sepeda motor</p>

			<p>terhadap objek.</p> <p>Penilaian terhadap sudut pandangan akan merk produk</p>	<p>merk Yamaha irit.</p> <p>Menggunakan sepeda motor merk Yamaha menaikkan rasa percaya diri.</p>
3	Sikap Konsumen	<p>sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.</p> <p>Sumarwan (2014 p.166).</p>	<p>Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu, Pengertian atau pemahaman terhadap objek, Penilaian atau evaluasi individu terhadap objek.</p> <p>Penilaian terhadap sudut pandangan akan merk produk</p>	<p>Yamaha merupakan merk otomotif terpercaya menurut saya.</p> <p>Model knalpot sepeda motor Yamaha lebih ramping</p> <p>Kombinasi warna sepeda motor Yamaha serasi</p> <p>Sepeda motor merk Yamaha memiliki kenangan bagi saya.</p> <p>Sepeda motor merk Yamaha memiliki harga yang terjangkau.</p>
4	Keputusan Pembelian	<p>Keputusan pembelian merupakan tindakan yang diambil setelah menelaah, mengamati, dan</p>	<p>Kemantapan membeli setelah mengetahui</p>	<p>Tidak ada pilihan merk lain untuk membeli sepeda motor kecuali merk Yamaha.</p>

		mengkalkulasi serta mempertimbangkan beberapa opsi alternative untuk membeli suatu produk dari produsen. Kotler (2011:159)	informasi produk. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.	Semua keluarga membeli dan memiliki sepeda motor merek Yamaha. Informasi tentang kualitas sepeda motor merek Yamaha sudah disosialisasikan. Sparepart sepeda motor merek Yamaha mudah didapatkan. Pemberian bonus yang menarik dalam pembelian sepeda motor merek Yamaha.
--	--	---	--	--

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 dikarenakannya metodenya 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 (Sugiyono, 2018, p. 93).

3.6 Metode Analisis

Analisis data penelitian merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengolah dan menginterpretasikan 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 "Yamaha" di kecamatan sukosari kabupaten Bondowoso

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 konsiten. 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 multikolinearitas yang tinggi. Ditambahkan bahwa model regresi yang baik ialah tidak terjalin 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).

3.8 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 :

$$Y = a + b1.x1 + e$$

Keterangan :

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

a = Nilai Konstanta (nilai Y apabila X1 = 0).

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

X1 = Strategi Pemasaran (pada penelitian ini).

e = error.

3.8.2 Koefisien Determinasi (R2)

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 R2 adalah antara 0 dan 1, jika R2 hasilnya kecil atau 0 maka dapat dikatakan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat yang terbatas. Jika nilai R2 mendekati 1 atau lebih, dapat diartikan bahwa persentase variabel independen dalam model dipengaruhi 100% dari variabel dependen.

3.9 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 (Ho) akan di terima, sehingga hipotesis alternatif (Ha) di tolak. Artinya strategi pemasaran berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Jika t hitung ($>$) t tabel, hipotesis nihil (Ho) akan di tolak, lalu hipotesis alternatif (Ha) 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

3.9.2 Uji F

Uji F dipergunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1) memiliki dampak yang signifikan atau simultan terhadap variabel dependen (Y), berikut adalah dasar pengambilan keputusan dalam uji F :

Berdasarkan dari nilai signifikansi (Sig.) dari output Anova :

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka hipotesis diterima. Maka, artinya X1 secara simultan berpengaruh terhadap Y.
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka hipotesis ditolak. Maka artinya, X1 secara simultan tidak berpengaruh terhadap Y.

(Sugiyono, 2019)

Berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan F tabel :

1. Jika nilai F hitung > F tabel, maka hipotesis diterima. Maka artinya, variabel X1 secara simultan tidak berpengaruh terhadap Y.
2. Sebaliknya, jika nilai F hitung < F tabel, maka hipotesis ditolak. Maka artinya, X1 secara simultan tidak berpengaruh terhadap Y.