

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian yang digunakan dan definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

3.1.1 Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas yang terdiri dari :

1. Kualitas Produk(X1)

Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2006:51). Definisi lain kualitas produk adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:175). Menurut Purnama (2006:11),

- a. Ketahanan mesin
- b. Fitur yang di tersedia
- c. Desain produk

2. Harga (X2)

Persepsi harga adalah segala sesuatu yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan (Cannon, dkk, 2008:176). Persepsi Harga (X2) diukur melalui (Yulianto dan Khuzaini,2006:35) :

- a. Harga sesuai kualitas
- b. Harga terjangkau
- c. Harga bersaing

“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki di Kota Malang” Studi pada PT. Mega Abadi Motorindo.

3. Promosi (X_3)

Promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi adalah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen (Alma, 2004:179). Pengertian lain promosi adalah Tandjung (2004:83), promosi adalah seni untuk merayu konsumen dan calon konsumen untuk membeli lebih banyak produk perusahaan. Menurut Swastha dan Sukotjo (2007:222),

- a. Promosi melalui acara
- b. Hadiah
- c. Frekuensi promosi

3.1.2 Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini yaitu : Keputusan Pembelian (Y). Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan (Kotler dan Keller, 2009:240). Selanjutnya variabel keputusan pembelian diukur melalui indikator (Tambunan dan Widiyanto, 2012:4):

- a. Menetapkan pilihan terhadap produk
- b. Yakin untuk membeli
- c. Merekomendasikan

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006:223). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor Kawasaki Malang.

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi sampel ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu dibentuk perwakilan populasi (Ferdinand, 2006:223). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang membeli sepeda motor Kawasaki di kota Malang pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik insidental dengan 50 responden yang di pilih secara acak berdasarkan pengalaman pembelian produk Kawasaki yang di temui secara kebetulan dan di pandang cocok sebagai narasumber.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data Primer. Data primer adalah data yang diperoleh melalui wawancara atau kuesioner (Ferdinand, 2006:27). Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data mengenai persepsi responden tentang kualitas produk, persepsi harga, promosi dan keputusan pembelian.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pertanyaan yang akan digunakan untuk mendapat data, baik yang dilakukan melalui telepon, surat, atau bertatap muka (Ferdinand, 2006:28). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah data ordinal yaitu data sesuai dengan sebuah orde atau urutan tertentu (Ferdinand, 2006:261). Sedangkan bagian pengumpulan datanya menggunakan skala *Likert* dengan lima tingkatan, yaitu (Ferdinand, 2006:261) :

- a. Untuk jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi nilai = 1
- b. Untuk jawaban tidak setuju (TS) diberi nilai = 2
- c. Untuk jawaban netral (N) diberi nilai = 3

- d. Untuk jawaban setuju (S) diberi nilai = 4
- e. Untuk jawaban sangat setuju (SS) diberi nilai = 5

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2009:49). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas adalah mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung, apabila r hitung sig. $\leq 0,05$ = valid dan r hitung sig. $> 0,05$ = tidak valid (Ghozali, 2009:51).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2009:45). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel (Ghozali, 2009:46).

Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel,

apabila (Ghozali, 2009:49) : Hasil $\alpha > 0,60$ =reliabel dan Hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliabel

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2009:147). Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot (Ghozali, 2009:147). Pada grafik normal plot, dengan asumsi :

- a. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan /atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2009:125).

Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2009:126).

Dasar analisis :

“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki di Kota Malang” Studi pada PT. Mega Abadi Motorindo.

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut (Ghozali, 2009:95) :

- a. Mempunyai angka Tolerance diatas (>) 0,1
- b. Mempunyai nilai VIF di di bawah (<) 10

3.5.3 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan pengaruh dua atau lebih variabel prediktor (variabel bebas) terhadap satu variabel kriterium (variabel terikat) atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y) (Usman dan Akbar,2006:241).

Rumus (Usman dan Akbar,2006:242) :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

a = Konstant

b_1, b_2, b_3 dan b_4 = koefisien regresi

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Kualitas produk

X2 = Persepsi harga

X3 = Promosi

e = *error* (5%)

3.5.4 Koefisien Determinasi (RSquare)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (Produk, Persepsi harga, Promosi dan Layanan) dalam menerangkan variasi variabel dependen/tidak bebas (Keputusan Pembelian). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2009:87).

Banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R2* (*Adjusted R Square*) pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R2* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali, 2009:87) Dalam kenyataan nilai *Adjusted R2*

3.5.5 Pengujian Hipotesis (Uji – t)

Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat, maka langkah-langkahnya :

1. Merumuskan hipotesis

“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki di Kota Malang” Studi pada PT. Mega Abadi Motorindo.

H0 : B1, B2, B3, B4 = 0 Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Layanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian secara simultan.

H0 : B1, B2, B3, B4 \neq 0 Produk, Harga, Promosi dan Layanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian secara parsial

2. Kesimpulan

Ho : diterima bila sig.>a= 0,05

Ho : ditolak bila sig.<a= 0,05

