

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi / Objek Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di PT. Yamaha Alfa Scorpii Pekanbaru yang beralamat di Jalan Jendral Sudirman No.22 (di depan purna MTQ), sebagai Dealer resmi yang menyalurkan produk otomotif Yamaha Mio di Pekanbaru.

3.2. Operasional Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Citra merek sebagai perangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek (Kotler, 2004:63)	Citra Perusahaan	1. Nama Besar Perusahaan 2. Layanan Perusahaan 3. Jaringan Penjualan	Ordinal
	Citra Pemakai	1. Gaya 2. Gaul 3. Percaya Diri 4. Menarik	
	Citra Produk	1. Merek 2. Kualitas 3. Fitur/Gaya	
Keputusan pembelian	Pengenalan kebutuhan	1. Kebutuhan konsumen akan motor	Ordinal

<p>merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang</p>		<p>2. Adanya rekomendasi produk dari pihak lain</p> <p>3. Kualitas produk yang bagus</p>	
<p>mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak. (Sofjan Assauri, 2004:141)</p>	<p>Pencarian Informasi</p>	<p>1. Konsumen mencari informasi mengenai brand produk motor</p> <p>2. Informasi produk yang tersedia</p> <p>3. Pengenalan produk secara meluas</p>	
	<p>Evaluasi Alternatif</p>	<p>1. Konsumen membandingkan brand-brand motor sejenis</p> <p>2. Manfaat produk</p> <p>3. Kepercayaan konsumen terhadap produk</p>	
	<p>Keputusan pembelian</p>	<p>1. Konsumen memutuskan membeli kendaraan jenis automatic kelas scooter matic</p> <p>2. Merek produk yang disukai</p>	

		3. Kualitas produk yang sesuai selera konsumen	
	Perilaku Pasca Pembelian	1. Tingkat kepuasan konsumen setelah membeli produk 2. Melakukan pembelian ulang 3. Merekomendasikan produk kepada pihak lain	

3.3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha Mio di PT. Yamaha Alfa Scorpii Pekanbaru yang berjumlah 1,232 orang (data terlampir).

2. Sampel

Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha Mio pada PT. Yamaha Alfa Scorpii Pekanbaru pada tahun 2015 dan 2016 berjumlah 1.232 orang, karna keterbatasan waktu, biaya, dan kemampuan peneliti responden yang dianggap dapat mewakili populasi yang melakukan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Adapun perhitungan sampel menggunakan rumus

slovin (Dalam Anwar Sanusi, Metodologi Penelitian Bisnis, Salemba Empat 2011).

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

\ dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

α = batas toleransi kesalahan / *error tolerance* (dalam persen).

Untuk menggunakan rumus ini, pertama ditentukan berapa batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi (Dalam Anwar Sanusi, Metodologi Penelitian Bisnis, Salemba Empat 2011).

$$n = \frac{1.232}{1 + (1.232 \times 0,1^2)} = 92,492$$

Adapun metode pengambilan sampel adalah dengan metode Accidental Sampling yaitu peneliti memilih siapa saja anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang memakai dan membeli sepeda motor Yamaha Mio.

3.5. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian atau dari konsumen sebagai sampel berupa wawancara
- b. Data Sekunder, yaitu data yang digunakan dari laporan itu sendiri yang berupa dokumen dan data olahan yang berkenaan dengan sejarah singkat perusahaan, aktifitas perusahaan dan data lainnya yang diperlukan dalam penelitian ini.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penyelesaian penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Interview, yaitu pengumpulan data dengan cara memperoleh informasi langsung atau wawancara dari pimpinan usaha, karyawan serta responden
- b. Quesioner, yaitu pengumpulan data dengan cara memberikan daftar-daftar pertanyaan yang relevan dengan masalah yang diteliti dan diajukan kepada pararesponden atau karyawan.

3.7. Teknik Analisis data

1. Analisis Data

Dalam menganalisa data penulis menggunakan metode kuantitatif yaitu suatu yang mencoba menjelaskan semua data dan informasi yang diperoleh dengan jelas mengelompokkan dan disusun sedemikian rupa. Dan penulis uraikan, serta menjelaskan kemudian dianalisa dengan mengaitkan beberapa teori yang relevan dengan permasalahan yang ada, kemudian diambil kesimpulan. Selanjutnya digunakan juga analisis statistik dengan metode regresi linier berganda, yaitu suatu metode statistik, yang digunakan untuk

mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel berikut.

Untuk memudahkan analisis data, maka penulis mentransformasikan dari data kualitatif menjadi data kuantitatif dengan memberi skor atau bobot pada kuisioner. Dengan kata lain digunakan skala Likert, yang berarti terdapat lima alternatif jawaban yang dapat dilihat pada tabel berikut :

No.	Pilihan Jawaban	Skor	Interval
1	Sangat Setuju	5	80% – 100%
2	Setuju	4	60 – 80%
3	Cukup Setuju	3	40% – 60%
4	Tidak Setuju	2	20% – 40%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0 – 20%

Selanjutnya digunakan juga analisis statistik dengan metode regresi linier berganda, yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan rumus :

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

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

A = Konstanta

B₁,B₂,B₃ = Koefisien Regresi

X₁ = Citra Perusahaan

X₂ = Citra Pemakai

X3 = Citra Produk

E = Variabel Pengganggu (epilson)

2. Uji Instrumen

Telah dikemukakan bahwa instrumen penelitian adalah alat untuk mengumpulkan data. Agar data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel.

- **Uji Validitas**

Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Tingkat validitasnya pada alat ukur dalam ilmu alam umumnya sudah terjamin karena mudah diamati dan hasilnya cepat diperoleh. Validitas instrumen penelitian dapat digolongkan menjadi beberapa jenis, antara lain :

- 1) Validitas Konstruk

Adalah validitas yang mengacu pada konsistensi dari semua komponen kerangka konsep. Misalkan, kita ingin mengukur status sosial responden dengan menggunakan lima komponen status sosial ekonomi, yaitu penghasilan perbulan, pengeluaran perbulan, pemilikan barang, porsi penghasilan yang digunakan rekreasi, kualitas rumah. Jika komponen itu valid, semua komponen itu akan berkorelasi satu dengan yang lain.

- 2) Validitas Isi

Suatu alat pengukur ditentukan oleh sejauh mana alat pengukur tersebut mewakili semua aspek yang dianggap sebagai aspek kerangka konsep.

Misalnya, seorang peneliti ingin mengukur pendapatan keluarga. Jika kemungkinan jawaban yang tersedia dalam instrumen penelitian (kuisisioner) tidak mencakup pendapatan keluarga, instrumen tersebut tidak mempunyai validitas isi.

3) Validitas Eksternal

Adalah validitas yang diperoleh dengan mengorelasikan alat pengukur baru dengan alat pengukur yang sudah valid. Sementara itu, validitas rupa adalah menunjukkan dari segi rupanya bahwa alat pengukur tampaknya dapat mengukur apa yang hendak diukur. Misal, untuk mengukur keterampilan karyawan dalam mengoperasikan peralatan kerja. Karyawan tersebut diminta untuk mengoperasikan peralatan yang sudah disediakan. Kemudian, berdasarkan penampakan saat karyawan mengoperasikan peralatan kerja.

- **Uji Realibilitas**

Realibilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, realibilitas mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya.

3. Analisis Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif data yang diperoleh dengan memberikan pertanyaan kepada pasien sebanyak 80

orang responden yang langsung dijadikan sampel. Selanjutnya data yang diperoleh ditabulasikan untuk dilakukan analisa secara kuantitatif. Dengan menggunakan program SPSS regresi linier beranda, dengan rumus :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian b_0 =Konstanta

X₁ = Citra Perusahaan (*Corporate Image*) b_1 - b_3 =Koefisien Regresi

X₂ = Citra Pemakai (*User Image*) e =Standar error

X₃ = Citra Produk (*Product Image*)

4. Uji Hipotesis

a. Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi merupakan analisa yang digunakan untuk mengetahui tinggi atau rendahnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Besarnya koefisien korelasi berkisar $-1 < r < +1$. Koefisien korelasi sebesar 1 dengan tanpa memperhatikan tanda positif dan negatif menunjukkan hubungan yang tinggi diantara variabel yang dihubungkan. Koefisien sebesar 1 menunjukkan terjadinya hubungan yang sangat tinggi.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) ini mencerminkan seberapa besar variabel terikat Y dapat dipengaruhi oleh variabel bebas X. Besarnya koefisien determinasi adalah $0 < r^2 < 1$ bila nilai koefisien determinasi lebih kecil atau sama dengan 0 ($R^2 = 0$), artinya

variabel dari Y secara keseluruhan dapat dipengaruhi oleh X. Dengan demikian baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh R^2 nya yang mempunyai nilai antara nol dan satu.

c. Uji T (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y), signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Adapun tingkat signifikan yang dipakai dalam penelitian ini adalah $5\% = 0,05$. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} .

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

d. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dikenal dengan uji serentak atau uji model/uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Jika model signifikan maka model bisa digunakan untuk prediksi/peramalan, sebaliknya jika non/tidak signifikan maka model regresi tidak bisa digunakan untuk peramalan