

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

1. Lokasi penelitian

Untuk membuat skripsi ini, penyusun melakukan penelitian pada konsumen Honda vario di Afdeling VII Sei kebara, Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan oktober 2022 sampai maret 2023.

Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Waktu (Bulan) 2022-2023																											
		Oktober		November				Desember				Januari				Februari				Maret				April					
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Pengajuan judul	■																											
2	Penyusunan proposal		■	■	■	■	■																						
3	Bimbingan							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■										
4	Seminar proposal																			■									
5	Riset Penelitian																				■	■							
6	Bimbingan skripsi																					■	■	■	■	■	■		
7	Sidang meja hijau																												

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Handayani (2020) populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, Populasi dan sampel diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan data dari variabel yang diteliti. Pada penelitian ini penulis memfokuskan populasi pada Konsumen Honda vario di Afdeling VII Sei kebara yaitu 50 orang, data penelitian didapatkan dari hasil survey peneliti pada afdeling VII yaitu pengguna Honda vario sebanyak 50 orang dan sisa nya menggunakan berbagai merk lain.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti. Dengan asumsi bahwa populasi penelitian adalah seluruh populasi, maka penelitian menggunakan sampling sensus. Menurut Margono (2018) Sampling sensus adalah teknik penentuan sampel dimana seluruh orang/konsumen dijadikan sampel. Jumlah sampel penelitian adalah 50 orang, data ini diambil dari seluruh jumlah populasi karena populasi kurang dari 100.

C. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Defenisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Defenisi operasional bisa sebagai petunjuk bagaimana cara mengukur variabel. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang akan diukur. Adapun defenisi dari kelima variabel tersebut akan di jabarkan dibawah ini :

Tabel 3.2
Defenisi Operasional Variabel

no	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala pengukuran
1	Kualitas produk (X ₁)	Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. (Kotlerr, 2016)	1. Merek 2. Daya tahan 3. Kemampuan diperbaiki 4. Kepuasan konsumen 5. Jumlah pengguna (Dahmiri, 2016)	Likert
2	Promosi (X ₂)	Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi konsumen dengan tujuan agar konsumen kenal dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. (Lesi, 2017)	1. Periklanan 2. Publisitas 3. Direct marketing 4. Strategi promosi 5. Teknik marketing (Lesmana, 2015)	Likert
3	Kepercayaan merek (X ₃)	kepercayaan konsumen adalah adanya kepercayaan dari pihak pertama kepada pihak kedua bahwa pihak kedua akan berperilaku yang menyebabkan mendatangkan hasil yang positif kepada pihak pertama.(Sukma et al., 2018)	1. Kredibilitas 2. Reliabilitas 3. Intimacy 4. Competency (Wahyu, 2015)	Likert
4	Kepuasan (X ₄)	kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipirkan terhadap kinerja yang diharapkan.(Cika, 2017)	1.Perasaan 2.Merekomen dasikan 3.Loyalitas 4.Harapan 5.kesesuain produk (Maryam, 2015)	Likert

4	Keputusan pembelian (Y)	keputusan pembelian konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. (Rusby et al., 2017)	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksplorati 5. Minat rekomendasi (Ferdinand, 2018)	Likert
---	-------------------------	---	--	--------

Sumber : Data sekunder (2022)

D. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data berdasarkan sumbernya, terdiri dari :

1. Data Primer

Menurut Husein Umar (2016) data primer adalah: “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”. Sedangkan menurut Nur Indrianto dan Bambang Supono (2016) data primer adalah: “Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara)”. Contoh data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.

2. Data Sekunder

Menurut Husein Umar (2016) data sekunder adalah: “Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh

pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram”.

Sedangkan menurut Nur Indrianto dan Bambang Supomo (2015) data sekunder adalah: “Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain)”. Contoh data sekunder misalnya catatan atau dokumentasi perusahaan berupa absensi, gaji, laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, data yang diperoleh dari majalah, dan lain sebagainya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara yaitu bentuk pengumpulan data dengan cara menanyai langsung kepada orang-orang yang digunakan sebagai sampel.
2. Kuesioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada obyek yang diteliti dalam hal ini sampel. Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.3

Instrumen Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4

3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. Studi Dokumentasi yaitu bentuk pengumpulan data sekunder dengan cara pengumpulan dokumen atau data yang berkenaan dengan judul peneliti. Metode dokumentasi dilakukan dengan meneliti dokumen-dokumen.
4. Observasi yaitu dengan melakukan penelitian langsung dilapangan.

F. Uji Instrument Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Bila r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan dinyatakan valid, sebaliknya r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

a. Variabel kualitas produk

Tabel 3.3

Uji Validitas kualitas produk

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	,764	,284	Valid
P2	,709	,284	Valid
P3	,837	,284	Valid
P4	,737	,284	Valid

Berdasarkan Tabel 3.3 diperoleh hasil pengujian variabel kualitas produk memiliki nilai yang lebih besar dari 0,284 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

b. Variabel promosi

Tabel 3.4
Uji Validitas promosi

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	,630	,284	Valid
P2	,630	,284	Valid
P3	,511	,284	Valid
P4	,602	,284	Valid
P5	,630	,284	Valid

Berdasarkan Tabel 3.4 diperoleh hasil pengujian promosi memiliki nilai yang lebih besar dari 0,284 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

c. Variabel kepercayaan merek

Tabel 3.5
Uji Validitas kepercayaan merek

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	,539	,284	Valid
P2	,598	,284	Valid
P3	,599	,284	Valid
P4	,422	,284	Valid
P5	,539	,284	Valid

Berdasarkan Tabel 3.5 diperoleh hasil pengujian variabel kepercayaan merek memiliki nilai yang lebih besar dari 0,284 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

d. Variabel kepuasan konsumen

Tabel 3.6
Uji Validitas kepuasan konsumen

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	,717	,284	Valid
P2	,719	,284	Valid
P3	,820	,284	Valid
P4	,752	,284	Valid
P5	,717	,284	Valid

Berdasarkan Tabel 3.6 diperoleh hasil pengujian variabel kepuasan konsumen memiliki nilai yang lebih besar dari 0,284 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

e. Variabel keputusan pembelian

Tabel 3.7
Uji Validitas keputusan pembelian

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	,750	,284	Valid
P2	,639	,284	Valid
P3	,771	,284	Valid
P4	,628	,284	Valid
P5	,750	,284	Valid

Berdasarkan Tabel 3.7 diperoleh hasil pengujian variabel keputusan pembelian memiliki nilai yang lebih besar dari 0,284 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah *indeks* yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Situmorang dan Lutfi, 2019).

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi didalam mengukur gejala yang sama. Pernyataan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas, maka akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r \alpha$ (alpha) positif atau \geq dari r tabel maka pernyataan *reliabel*.
- b. Jika $r \alpha$ (alpha) negatif atau \leq dari r tabel maka pernyataan tidak *reliabel*.

Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Ket
1	Kualitas produk (X_1)	0,811	0,60	Reliabel
2	Promosi (X_2)	0,662	0,60	Reliabel
3	Kepercayaan merek (X_3)	0,803	0,60	Reliabel
4	Kepuasan konsumen (X_4)	0,775	0,60	Reliabel
5	Keputusan Pembelian (y)	0,763	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2023)

Tabel 3.8 menunjukkan bahwa 25 pertanyaan memiliki koefisien diatas 0,60, sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah reliabel dan layak disebarkan kepada responden untuk digunakan sebagai intrumen dalam penelitian ini.

G. Metode Analisis Data

Merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada hingga memberikan gambaran yang jelas melalui pengumpulan, penyusunan, dan

menganalisis data hingga dapat diketahui gambaran umum perusahaan yang diteliti.

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan linear antara beberapa variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan pembelian (y)

X₁ = Kualitas produk (X₁)

X₂ = Promosi (X₂)

X₃ = Kepercayaan merek (X₃)

X₄ = Kepuasan (X₄)

α = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = koefisien arah regresi

e = standar Error

3. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Uji T (Test T) adalah salah satu test statistik yang dipergunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis yang menyatakan bahwa diantara dua buah mean sampel yang diambil secara random dari populasi yang sama, tidak terdapat perbedaan yang signifikan (Sudjiono, 2015). *T-statistics* merupakan suatu nilai yang digunakan guna melihat tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis dengan cara mencari nilai *T-statistics* melalui prosedur *bootstrapping*. Pada pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan ketika nilai *T-statistics* lebih besar dari 1,96, sedangkan jika nilai *T-statistics* kurang dari 1,96 maka dianggap tidak signifikan (Ghozali, 2016).

Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *Coefficients*. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikannya sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria dari uji statistik t (Ghozali, 2016) :

1. Jika nilai signifikansi uji t $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikansi uji t $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen

b. Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016). Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian statistik Anova merupakan bentuk pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut (Ghozali, 2016) :

1. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H^0 ditolak dan H^1 diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
2. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H^0 diterima dan H^1 Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat

c. Koefisien Determinan (R^2)

Determinan digunakan untuk melihat kontribusi variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) terhadap variabel terikat (Y). Itikolnieritas terjadi apabila R^2 yang dihasilkan oleh suatu model regresi empiris sangat tinggi.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel x terhadap y dapat diketahui dengan :

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

Misalkan $r = 0,8$, maka $R^2 = 0,8^2 \times 100\% = 64\%$.

Artinya variabel y dipengaruhi oleh variabel x sebesar 64% sisanya $100-64=36\%$ dipengaruhi oleh variabel lain.