

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan dari Maret 2022 sampai Juli 2023, Tempat dalam penelitian ini dilaksanakan di PT. Tunas Dwipa Matra Bekasi yang terletak di Jalan Baru Perjuangan No. 88 A-B, RT. 03/08, RT 003/RW 008, Marga Mulya, Kec. Bekasi Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat 17143.

B. Desain Penelitian

Desain Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal. Menurut Sugiyono (2016:37) penelitian kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi, disini ada variabel yaitu variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi). Peneliti ini menjelaskan tentang Ekuitas Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Bekasi.

C. Definisi Variabel dan Operasional Variabel

1. Definisi Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2015) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-

variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, maka terdapat macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi:

a) Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat suatu variabel yang dapat berubah karena pengaruh variabel bebas, variabel ini sering disebut juga dengan variabel terpengaruh, tergantung, efek, tak bebas. Yusuf (2014:109) memaparkan bahwa variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau diterangkan oleh variabel lain, tetapi tidak dapat memengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel terikat tersebut adalah keputusan pembelian (Y).

b) Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel Bebas yaitu suatu variabel yang apabila dalam suatu waktu berada bersamaan dengan variabel lain, maka (diduga) akan dapat berubah dalam keragamannya. Variabel bebas ini bisa juga disebut dengan variabel pengaruh, perlakuan, kuasa, treatment, independent. Yusuf (2014:109) memaparkan bahwa variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi, menjelaskan, menerangkan variabel yang lain. Dalam penelitian ini variabel bebas tersebut adalah Ekuitas Merek (X1) dan Harga (X2).

2. Operasional Variabel

Berikut ini adalah operisonal variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

a) Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Tabel 3.1

Operasional Variabel Keputusan Pembelian.

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	a. Pengenalan Masalah	➤ kecenderungan calon konsumen dalam melakukan pembelian karena kebutuhan	Skala Ordinal
	b. Mencari informasi	➤ Sumber pribadi ➤ Orang di sekitar	
	c. Evaluasi Alternatif	➤ Manfaat ➤ Pelayanan jasa	

d. Keputusan Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Merk ➤ Kuantitas waktu
e. Purna beli	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tingkat kepuasan setelah melakukan pembelian

b) Ekuitas Merek

Ekuitas merek merupakan nilai tambah yg diberikan pada produk dan layanan. Ini bisa tercermin dalam cara konsumen berpikir, merasakan dan bertindak sehubungan dengan merek, dan harga, pangsa pasar, dan profitabilitas merek perusahaan. Ekuitas merek merupakan salah satu faktor yang mampu mensugesti keputusan pelanggan dalam hal memilih dan membeli sebuah produk.

Tabel 3.2

Operasional Variable Ekuitas Merek

Ekuitas Merek (X1)	a. kesadaran merek (<i>brand awareness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Top of Mind</i> (Puncak Pikiran) ➤ <i>Brand Recall</i> (Peningat Kembali Terhadap Merek) 	Skala Ordinal
--------------------	---	--	---------------

	b. Asosiasi merek (<i>brand associations</i>)	➤ Membedakan antara merek yang satu dengan merek yang lainnya.	
	c. Mutu yang dirasakan (<i>perceived quality</i>)	➤ Kinerja produk, serta Keandalan, dan Ketahanan produk	
	d. Loyalitas merek (<i>brand loyalty</i>)	➤ Merekomendasikan kepada orang lain.	

c) Harga

Secara umum, harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Oleh sebab itu, harga pada umumnya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Akan tetapi, dalam seni jual beli, pembeli atau konsumen dapat menawar harga tersebut

Tabel 3.3

Operasional Variabel Harga

Harga (X ₂)	a. Harga yang di persepsikan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Keterjangkauan harga ➤ Kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan 	Skala Ordinal
----------------------------	------------------------------	--	---------------

	b. Harga yang direferensikan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kesesuaian harga dengan kualitas produk ➤ Kesesuaian harga dengan fasilitas 	
--	------------------------------	--	--

D. Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengukuran skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016). Dengan skala likert, variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya, indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban item instrument yang menggunakan skala likert memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dalam penelitian ini, terdapat lima kriteria yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dalam penelitian ini, metode untuk melakukan pengukuran variabel digunakan dengan menggunakan skala likert 5 poin. Skala ini menggunakan skala 1 sampai dengan 5 yang dapat menunjukkan tingkat dari tanggapan responden dalam memilih setuju ataupun tidak setuju. Alternative jawaban dalam skala pengukuran ordinal yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju = 1

Tidak Setuju	= 2
Netral	= 3
Setuju	= 4
Sangat Setuju	= 5

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Definisi populasi menurut Sugiyono (2016), yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Tunas Dwipa Matra Bekasi yang pernah membeli sepeda motor merek Honda.

2. Sample Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan karena keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi dana, waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus betul-betul dapat mewakili (representatif). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Non Probability Sampling sebagai teknik penentuan sampelnya. Menurut Sugiyono (2018) Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan

sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Karena populasi besar, dan jumlahnya yang tidak diketahui, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan waktu, dana dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Menentukan sampel yang populasinya besar dan tidak diketahui, maka penelitian ini menggunakan rumus Rao Purba dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

MOE = Margin of Error Max, yaitu tingkat kesalahan maksimal yang ditolerir sebesar 10%

Sesuai dengan rumus diatas, maka dapat dilihat ukuran sampel minimal yang harus dicapai dalam penelitian ini adalah sebesar :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas, jumlah sampel minimal yang didapat adalah 96,04 yang dibulatkan menjadi 100 responden

F. Metode Pengumpulan Data

Sesuai dengan permasalahan yang diambil, maka dalam menyusun penulisan ini, penulis memperoleh data secara primer, Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dengan teknik survey pada objek penelitian dan instrumen dan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner online melalui Google Form. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan peneliti mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.

G. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif menggunakan statistik, yaitu digunakan skala penelitian untuk menyatakan bobot antara hubungan variabel dengan variabel lainnya.

1. Statistik Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi empiris atas data yang dikumpulkan dalam penelitian

(Ferdinand, 2006). Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiono, 2012:206). Teknik analisis data untuk mendeskripsikan data adalah presentase dan rata-rata (Mean).

2. Uji Kualitas Data

a. Uji validitas

Uji validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrument penelitian yang digunakan. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan (Arikuntoro, 1996:158). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi Product Moment Karel Person, dimana dengan mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total, jika korelasi faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas, dapat dianggap sebagai konstruksi kuat atau instrument memiliki validitas yang baik (Tika, 2006:65-66). Uji validitas dapat dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total. Untuk melihat apakah tingkat signifikannya, dilakukan dengan cara membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel untuk *degree of freedom* ($df = n-2$), dimana n adalah jumlah sampel.

Setelah itu, dianalisis menggunakan software SPSS, dapat dilihat dari tampilan *output Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated Item Total Correlation* dari tiap indikator.

- a) Jika r-hitung positif dan r-hitung > r-tabel, maka variabel tersebut valid.
- b) jika r-hitung negatif dan r-hitung < r-tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

Untuk menguji validitas instrumen penelitian, digunakan rumus Korelasi Product Moment (Sugiyono, 2013:183), yaitu:

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

Keterangan:

r = Nilai korelasi

n = Banyaknya responden

x = Skor untuk pernyataan yang dipilih

y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi x

$\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi x

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi y

b. Uji Reliabilitas

Instrumen penelitian secara teoritis harus memenuhi kualifikasi konsistensi internal atau kehandalan (reliabel), secara

teknis kehandalan (reliabel) elemen instrumen dipenuhi dengan melakukan pengujian reliabilitas terhadap item kuesioner (dilakukan sebelum isi kuesioner dianalisis lebih lanjut). Uji reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran di dalam mengukur gejala yang sama (Umar, 2003:15). Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap pernyataan yang sama menggunakan alat ukur yang sama pula.

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara one shot atau sekali saja dengan menggunakan alat bantu dari software SPSS yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Adapun kriteria dalam penilaian uji reliabilitas, yaitu sebagai berikut :

- a) Jika hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikan 60% atau 0,6, maka kuesioner tersebut reliable.
- b) Jika hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikan 60% atau 0,6, maka kuesioner tersebut tidak reliable

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas Menurut Ghozali (2018:161) menyatakan bahwa Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki

distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau data penyebaran statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. Ada 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas sebagai berikut :

- a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal ataupun grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

(Nilai signifikansi $> 0,05$ artinya residual berdistribusi normal).

- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal ataupun grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak jika:

(Nilai signifikansi $< 0,05$ artinya residual tidak berdistribusi normal).

b. Uji Multikolenieritas

Menurut Ghozali (2018:107), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual berdistribusi normal. Model regresi yang

baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Dalam uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai tolerance yang dihasilkan melalui pengolahan data dengan bantuan software SPSS.

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu :

1) Melihat nilai tolerance

- Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka mengindikasikan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- Jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka mengindikasikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

2) Melihat nilai VIF

- Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 maka mengindikasikan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- Jika nilai VIF lebih besar dari 10 maka mengindikasikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas

4. Uji Kesesuaian Model

a. Uji Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2018: 97) koefisien determinasi merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel-variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati 1, berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Menurut Ghazali (2018:87) Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

b. Uji F ANOVA

Menurut Ghozali (2018:98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji F dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas pada penelitian ini seperti Ekuitas Merek dan Harga secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian.

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui dan memprediksi apakah variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) dan seberapa besar pengaruhnya kedua variabel

bebas terhadap variabel terikat (Y) pada penelitian ini. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

$$Y = \alpha + b1X1 + b2X2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel Ekuitas Merek

β_2 = Koefisien regresi variabel Harga

e = Standart Error

6. Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2016) Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji T dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas pada penelitian ini seperti Ekuitas Merek dan Harga secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian.

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Jika nilai probabilitas signifikansi $> 5\%$ (0,05) maka H_a ditolak dan H_o diterima.

- b) Jika nilai probabilitas signifikansi $< 5\%$ (0,05) maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

