BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian ini adalah PT. Suzuki Motor Indonesia Latumenten, ruang lingkup pada penelitian ini difokuskan kepada seluruh pengunjung yang baru berminat untuk membeli Suzuki Skywave 125 di showroom latumenten. Untuk menyederhanakan ruang lingkup penelitian, peneliti lebih fokus pada PT. Suzuki Motor Indonesia Latumenten di wilayah Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2013. Peneliti hanya melakukan penelitian atas dua variabel bebas, yaitu: Kualitas produk dan Kesadaran merek, terhadap satu variabel terikat, yaitu minat beli.

3.2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif *explanatory*. Menurut Uma Sekaran (2006 : 158), studi deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Dalam penelitian ini, metode deskriptif bertujuan untuk memperoleh deskripsi dari variable kualitas produk, kesadaran merek, dan minat beli Suzuki Skywave 125. Pada penelitian ini adalah hubungan kausal antara variabel kualitas produk dan kesadaran merek terhadap variabel minat beli pada Suzuki Skywave 125; survei pada PT. Suzuki Motor Indonesia Latumenten.

Berdasarkan prosesnya penelitian ini bersifat kuantitatif, dapat diartikan sebagai metode yang bersifat objektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik (Malhotra, 2006: 76). Sedangkan data yang digunakan adalah data primer yang akan peneliti dapatkan langsung dari responden melalui pertanyaan terstruktur atau kuesioner. Penelitian ini juga menggunakan analisis multivariat karena menggunakan lebih dari dua variabel.

Penelitian ini menggunakan desain riset *cross-sectional*, yaitu riset yang di lakukan dengan pengumpulan informasi dari sampel tertentu yang dilakukan satu kali selama periode harian, mingguan, atau bulanan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian.

3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini akan mengukur pengaruh dari 2 variabel independen, yaitu kualitas produk (X_1) dan kesadaran merek (X_2), terhadap variabel dependen, yaitu minat beli (Y). Adapun operasionalisasi dari variabel-variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel / Dimensi	Dimensi	Indikator	Skala	Item
Kualitas Produk (X1)	1. <i>Performance</i>	- Tampilan produk - Berkaitan dengan kenyamanan	Likert	1, 2
	2. <i>Fitur (features)</i>	- Bervariasi - Mampu bersaing		3, 4
	3. <i>Reabilitas (realibility)</i>	- Tidak mudah mogok - Mesin tidak mudah rusak		5, 6
	4. <i>Konfirmasi (conformance)</i>	- Kesesuaian dengan standar - Konsistensi		7, 8
	5. <i>Keawetan (durability)</i>	- Umur ekonomis - Hemat		9,10
	6. <i>Serviceability</i>	- Kemudahan - Kecepatan		11,12
	7. <i>Aesthetics</i>	- Nilai estetika - Cita rasa		13,14
	8. <i>Fit and finish</i>	- Perasaan tentang kualitas - Perbandingan dengan kualitas produk lain yang sejenis		15,16
Kesadaran merek (X2)	1. <i>Recognition</i> (pengenalan)	- Mudah dikenali dengan melihat desainnya - Mudah dikenali dengan melihat logonya	Likert	17,18
	2. <i>Recall</i> (ingatan)	- Mudah dikenali di antara produk lain yang sejenis - Mudah dikenali melalui ciri-cirinya		19,20
	3. <i>Association of brand with category product category</i>	- Mudah dikaitkan dengan kategori produk yang sejenis - Mudah dikenali dengan produk yang sejenis		21,22
	4. <i>How well known the brand is</i>	- Memiliki merek yang terkenal - Memiliki merek yang baik		23,24
	5. <i>Familiarity</i>	- Sudah populer nya dikalangan masyarakat - Sudah terkenalnya dikalangan masyarakat		25,26
Minat beli (Y)	1. <i>Attention</i> (perhatian)	- Iklan yang menarik - Desain produknya yang menarik	Likert	27,28
	2. <i>Interest</i> (ketertarikan)	- Harga yang relatif murah dan terjangkau - Style produknya yang menarik		29,30
	3. <i>Desire</i> (keinginan)	- Kkeinginan konsumen untuk membelinya - Keinginan konsumen untuk memilikinya		31,32

Sumber: Data diolah peneliti

3.4. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

Dalam menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan informasi atau data yang dibutuhkan, peneliti perlu menentukan responden yang akan menjadi sumber informasi dengan menentukan populasi dan sampel.

Sekarang dalam Zulganef (2008:133) mengungkapkan populasi sebagai keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal yang menarik bagi peneliti untuk ditelaah. Sedangkan menurut Istijanto (2005:109) populasi merupakan jumlah keseluruhan yang mencakup semua anggota yang diteliti. Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa populasi dapat berupa sekumpulan orang. Dalam penelitian ini berarti populasinya adalah seluruh pengunjung yang baru ingin membeli Suzuki Skywave 125 di showroom Latumenten yang memiliki total penjualan signifikan dan stabil. Namun, untuk menyederhanakan penelitian, peneliti hanya akan mengambil beberapa sampel saja.

Menurut Zulganef (2008:134) sampel didefinisikan sebagai bagian atau *subset* dari populasi yang terdiri dari anggota-anggota populasi yang terpilih. Sedangkan Istijanto (2005:109) mengatakan bahwa sampel dapat didefinisikan sebagai suatu bagian yang ditarik dari populasi. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa semua anggota sampel adalah anggota populasi, tetapi tidak semua anggota populasi adalah anggota sampel.

Sekarang dalam Zulganef (2008:135) mendefinisikan *sampling* sebagai proses memilih sejumlah sampel dari populasi secara memadai (*sufficient*),

sehingga dengan mempelajari sejumlah sampel tersebut, dapat dipahami karakteristiknya, dan karakteristik tersebut dapat mengeneralisasi karakteristik unsur-unsur populasi. Menurut Slovin (2007 : 78) jika jumlah populasi diketahui, maka jumlah sampel ideal yang memenuhi persyaratan analisis regresi berganda yaitu ditentukan sebagai berikut:

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

Di mana:

n= ukuran sampel

N= ukuran populasi

e= persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir, dalam penelitian ini 5%

Jumlah pengunjung yang baru ingin membeli Suzuki Skywave 125 yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 273 responden, maka menggunakan perhitungan Slovin yang menjadi sampel adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{273}{1 + (273)(0,05)^2} \\ &= \frac{273}{1 + 0,683} \\ &= 162,21 \text{ (dibulatkan menjadi 163)} \end{aligned}$$

Untuk mendapatkan jumlah ini peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* yang berarti pemilihan elemen populasi tidak menggunakan proses *random*, sehingga anggota populasi dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu atau berdasarkan alasan kemudahan saja. Menurut Sekaran dalam Zulganef (2008:146) metode *non-probability sampling* sebagai metode penarikan sampel yang dilakukan ketika unsur-unsur populasi tidak diketahui atau tidak mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Metode penarikan sampel dari *non-probability sampling* yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Zulganef (2008:146) mendefinisikan metode *purposive sampling* sebagai metode untuk memperoleh informasi dari sasaran-sasaran sampel tertentu yang disengaja oleh peneliti, karena hanya sampel tersebut saja yang mewakili.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sekaran dalam Zulganef (2008:160) data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti, misalkan melalui wawancara, *focus group*, atau kuesioner. Dalam penelitian ini data diperoleh melalui survei secara individu kepada seluruh pengunjung yang baru ingin membeli Suzuki Skywave 125 dengan menggunakan kuesioner. Survei dijalankan dengan bertemu responden secara bertatap muka. Survei dijalankan dengan menggunakan pertanyaan yang terstruktur. Ini berarti bahwa semua pertanyaan yang akan diajukan

kepada responden tertulis secara rinci di dalam kuesioner, ditanyakan secara langsung kepada responden, dan setiap responden diberi kuesioner yang standar. Dalam mengisi pertanyaan pada kuesioner, responden akan dihadapkan pada sejumlah pertanyaan tertutup, responden diberi alternative jawaban sehingga responden cukup memilih alternative jawaban yang dianggap paling cocok dengan pendapatnya.

Skala yang digunakan dalam kuesioner adalah skala likert. Skala likert juga dapat dikategorikan sebagai skala interval. Skala ini meminta responden menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap serangkaian pernyataan tentang suatu objek. Skala ini biasanya memiliki 5 atau 7 kategori dari “sangat setuju” sampai dengan “sangat tidak setuju”. Peneliti menggunakan 5 kategori dalam skala ini, yaitu: 1 untuk “sangat setuju”, 2 untuk “setuju”, 3 untuk “ragu-ragu”, 4 untuk “tidak setuju”, dan 5 untuk “sangat tidak setuju”.

3.6. Metode Analisis

Setelah peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan, untuk mengolah dan kemudian menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji H1 dan H2, dan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji H3, dengan menggunakan alat bantu program *software* aplikasi statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) for windows 17.0.

Duwi Priyanto (2008:66) mengatakan bahwa analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel tersebut apakah positif atau negatif dan mengetahui konstanta variabel dependen. Dengan analisis linear ini, dapat menjelaskan:

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli.

$$\text{Persamaan regresi: } Y = a + bX_1$$

H2: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kesadaran merek terhadap minat beli.

$$\text{Persamaan regresi: } Y = a + bX_2$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

Nilai a dan b dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

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

Duwi Priyanto (2008:73) mengatakan bahwa regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Dengan analisis linear berganda ini dapat menjelaskan:

H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kesadaran merek terhadap minat beli.

Persamaan regresi : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

X_n = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b_n = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

3.6.1 Uji Instrumen

3.6.1.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012: 348), *valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti. Uji validitas instrumen penelitian ini diujikan kepada 30 responden yaitu pengunjung yang baru ingin membeli Suzuki Skywave 125 di showroom Latumenten di luar sampel penelitian.

Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu instrumen *valid* atau tidak adalah dengan menggunakan *bivariate pearson* (korelasi produk momen pearson). Analisis ini dengan cara mengorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap.

Koefisien korelasi item-total dengan *bivariate pearson* dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi item-total (*bivariate pearson*)

x = skor item

y = skor total

n = banyaknya subjek

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- Jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrumen atau *item-item* pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Jika r hitung $< r$ tabel maka instrumen atau *item-item* pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Sedangkan menurut Uma Sekaran (2006 : 40), reliabilitas atau keandalan adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan_ *error free*) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Alpha (Cronbach's). Menurut Arikunto dalam Duwi Priyanto (2008 : 25) rumus reliabilitas dengan metode Alpha adalah:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

σ_1^2 = varian total

Tingkat reliabilitas instrumen mengacu pada interpretasi nilai r_{11} sebagaimana dikemukakan Guilford dalam Jihad & Haris (2010 : 181) sebagai berikut:

$r_{11} \leq 0,20$	reliabilitas : sangat rendah
$0,20 < r_{11} \leq 0,40$	reliabilitas : rendah
$0,40 < r_{11} \leq 0,70$	reliabilitas : sedang
$0,70 < r_{11} \leq 0,90$	reliabilitas : tinggi
$0,90 < r_{11} \leq 1,00$	reliabilitas : sangat tinggi

3.6.2 Uji Asumsi Dasar

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yaitu distribusi data tersebut tidak condong ke kanan atau ke kiri, tetapi bentuk lonceng.

Dalam penelitian ini akan digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%.

3.6.2.2 Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan untuk sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear.

Pada penelitian ini pengujian linearitas dengan menggunakan *Test of Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Artinya, dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi kurang dari 0,05.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas.

Dalam penelitian ini uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi. Menurut Santoso dalam Duwi Priyatno (2008:39) jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

3.6.3.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heterokedastisitas.

Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji Park, yaitu meregresikan nilai residual (Lnei^2) dengan masing-masing variabel dependen (LnX_1 dan LnX_2).

Kriteria pengujian adalah jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, berarti tidak terdapat heterokedastisitas, dan jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ berarti terdapat heterokedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Berganda

3.6.4.1 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) secara partial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi parsial

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah data atau kasus

Kriteria pengujiannya adalah jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ atau nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependen (Y), dan jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependen (Y).

3.6.4.2 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Menurut Duwi Priyatno (2008:81) Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi atau dapat digeneralisasikan. F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = jumlah variabel independen

Kriteria pengujiannya adalah jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama terhadap variabel Y, sebaliknya jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama terhadap variabel Y.

3.6.4.3 Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

Untuk mencari koefisien determinasi variabel X_1 dan X_2 terhadap Y terlebih dahulu dicari koefisien korelasi ganda. Menurut Riduan dan Sunarto (2007: 86) rumus mencari koefisien korelasi ganda adalah sebagai berikut:

$$R_{X_1.X_2.Y} = \sqrt{\frac{r_{X_1.Y}^2 + r_{X_2.Y}^2 - 2(r_{X_1.Y})(r_{X_2.Y})(r_{X_1.X_2})}{1 - r_{X_1.X_2}^2}}$$

Dimana :

R = Nilai koefisien korelasi ganda

$r_{X_1.Y}$ = korelasi sederhana (*product moment pearson*) antara X_1 dengan Y

$r_{X_2.Y}$ = korelasi sederhana (*product moment pearson*) antara X_2 dengan Y

$r_{X_1.X_2}$ = korelasi sederhana (*product moment pearson*) antara X_1 dengan X_2

Selanjutnya Riduan dan Sunarto (2007: 87) menyatakan bahwa kontribusi secara simultan dapat dicari dengan rumus: $R^2 \times 100\%$. Jika R^2 sama dengan nol jika tidak ada kontribusi sama sekali dalam sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, R^2 sama dengan satu, jika persentase dalam sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna atau sepenuhnya berpengaruh.