

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory* (tingkat penjelasan). Menurut Sugiono, (2007:10) penelitian menurut tingkat penjelasan adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variable-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variable dan variable yang lain. Berdasarkan jenis penelitian diatas, maka tipe penelitian ini bersifat asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variable atau lebih. Fokus penelitian ini lebih dititikberatkan pada bidang pemasaran yaitu tentang faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan untuk melakukan pembelian sepeda motor merk Yamaha.

3.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan penjelasan mengenai artinya suatu konsep yaitu mengekspresikan abstrak yang terbentuk melalui generalisasi dari pengamatan terhadap fenomena. Definisi ini menunjukkan bahwa teori merupakan sebuah set proposisi yang terdiri dari konstrak yang sudah didefinisikan secara luas dan demean hubungan unsur-unsur dalam set tersebut harus jelas pula (Nazir 1999:21). Variabel dalam penelitian ini adalah faktor psikologis dan keputusan pembelian dari konsumen.

3.3 Definisi Operasional

Untuk lebih memudahkan dalam pengukuran konsep, maka suatu konsep dijabarkan dalam bentuk definisi operasional. Definisi operasional menurut Moh. Nazir (1999:152) adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut.

3.3.1 Operasional Variabel

Dalam melakukan penelitian diperlukan, adanya identifikasi variabel baik itu variabel terikat yang bersifat dipengaruhi (*dependent*) yaitu keputusan pembelian ataupun variabel bebas yang bersifat mempengaruhi (*independent*) yaitu faktor psikologis. Identifikasi variabel ini akan digunakan sebagai permasalahan yang akan dibahas. Variabel yang digunakan dalam penulisan ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel Operasi	Konsep Variabel	Indikator	Item
Motivasi (X1)	merupakan fungsi dari motif (kebutuhan) dan keinginan yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Seperti apa yang menjadi alasan seseorang untuk melakukan pembelian , pertimbangan lain yang menjadi alasan seseorang untuk melakukan pembelian.	<ul style="list-style-type: none"> a. Konsumen membeli sepeda motor karena lebih praktis dari pada berjalan kaki, naik mobil ataupun naik kendaraan umum. b. Keluarga mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian c. Keunggulan dari sepeda motor Merk Yamaha. d. Prosedur pembelian yang tidak berbelit-belit. 	1-4

Persepsi (X2)	merupakan proses seseorang individu memilih, mengonsumsi, dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang bermakna tentang gambaran lingkungan.	<ul style="list-style-type: none"> a. Penilaian konsumen tentang kualitas merek motor yang dikeluarkan Yamaha dapat mempengaruhi keputusan pembelian. b. Menyelesaikan keluhan konsumen dengan cepat. c. Yamaha memiliki banyak pilihan dari segi merek. d. Letak keberadaan lokasi PT Arista Mitra Lestari Cabang A. Yani yang strategi dapat memberikan alternatif untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. e. produk Yamaha yang memiliki banyak manfaatnya itu dapat berpengaruh dalam kehidupan konsumen. 	5-9
Belajar (X3)	merupakan salah satu proses fundamental yang mendasari perilaku, karena belajar adalah proses terjadinya perubahan yang relatif tepat dalam perilaku sebagai akibat dari perilaku.	<ul style="list-style-type: none"> a. setelah menggunakan sepeda motor yamaha dapat mempengaruhi adanya perubahan dalam kehidupan sehari-hari konsumen. b. adanya informasi perbedaan sepeda motor yang identik antara sepeda motor Yamaha dengan sepeda motor yang lain dengan kualitas dan kuantitas yang ada dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. 	10-11
Konsep Diri (X4)	Konsep diri banyak dipengaruhi oleh faktor kebudayaan dan sosial. Karena konsep diri merupakan suatu keseluruhan yang terorganisasi, apabila tidak demikian individu tidak akan berarti.	<ul style="list-style-type: none"> a. kendaraan yang ditawarkan berkualitas b. Bersikap jujur dalam melaksanakan tugasnya. c. Fasilitas yang disediakan mendorong konsumen untuk membeli. d. Harapan konsumen setelah melakukan pembelian sudah sesuai. 	12-15

Sikap (X5)	merupakan kesiapan mental yang diorganisasikan lewat pengalaman, mempunyai pengaruh tertentu kepada tanggapan seseorang terhadap objek, dan situasi yang berhubungan dengan dirinya.	<ul style="list-style-type: none"> a. Sebelum anda membeli motor Yamaha apakah pengetahuan luas yang anda miliki berpengaruh terhadap pembelian b. Setelah memiliki pengetahuan yang lengkap apakah semua itu berpengaruh terhadap ketertarikan untuk membeli motor Yamaha c. Keluarga ikut berpengaruh kuat dalam melakukan pembelian. 	16-18
---------------------	--	--	-------

3.4 Ruang Lingkup Penelitian

3.4.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada masyarakat kelurahan Tanjung Raya Bandar Lampung yang terdata oleh dealer ARISTA Cabang A. Yani Bandar Lampung dalam transaksi pembelian sepeda motor Yamaha.

3.4.2 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2009:115). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk sepeda motor Yamaha pada PT Arista Mitra Lestari Cabang A. Yani selama tiga bulan terakhir tahun 2011 sehingga berjumlah 567 unit/orang dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.2
 Penjualan Motor Yamaha PT Arista Mitra Lestari
 Tiga Bulan terakhir Tahun 2010

No.	Tipe Kendaraan	Jumlah Unit
1	Vega-R Drum	0
2	Jupiter MX	0
3	Jupiter MX-CW	10
4	Mio	5
5	Mio-CW	180
6	Jupiter Z	4
7	Jupiter Z-CW	55
8	Scorpio ZCW	10
9	RX-King	0
10	Vega ZR Drum	40
11	Vega ZR-Disc	80
12	V-ixion	39
13	Scorpio Z	0
14	Mio Soul	55
15	Vega-R Disc	0
16	New Moped	0
17	Jupiter MX A/T CW	19
18	Byson	40
19	Xeon	30
	Jumlah Penjualan	567

3.4.4 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2002:109).

Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli motor Yamaha pada PT Arista Mitra Lestari Cabang A. Yani per tiga bulan terakhir ditahun 2010 yang berjumlah 85 orang responden. Dalam pengambilan jumlah sampel dari konsumen yang membeli produk motor Yamaha pada PT Arista Mitra Lestari Cabang A. Yani bulan oktober-desember tahun 2011, maka penulis berpedoman pada rumus pendekatan *Slovin* sebagai berikut:

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

$$n = \frac{567}{567(0,10)^2 + 1}$$

$$n = \frac{567}{5,67 + 1} = \frac{567}{6,67}$$

$$n = 85,00(85)$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian 10%

(Umar, 2004:78)

Berdasarkan perhitungan sampel diperoleh hasil sebesar 85,00 konsumen, agar hasil menjadi akurat maka akan diambil 85 konsumen sebagai responden.

Penentuan sampling yang digunakan adalah *Purposip Sampling* dengan teknik *accidental sampling*. adapun kriteria sampel sebagai berikut :

1. Membeli Motor Di PT Arista A.Yani
2. Datang ke dealer PT Arista A.Yani
3. Bersedia Menjadi Responden

3.5 Sumber dan Jenis Data

Data yang digunakan terdiri dari:

- a. Data Primer. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber data yang langsung memberikan data (responden yang membeli sepeda motor

merk Yamaha) maupun perusahaan kepada pengumpul data (peneliti) melalui penyebaran kuisisioner (daftar pertanyaan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti. Pengumpulan data ini difokuskan pada faktor psikologis terhadap pembelian sepeda motor. Jawaban dari setiap pertanyaan tersebut ditentukan skornya dengan menggunakan skala likert untuk variabel X (faktor psikologis) dan skala nominal untuk variabel Y (pembelian sepeda motor). Skala Likert yang digunakan yaitu skor 1-5 dan skala nominal yang digunakan yaitu skor 0-1, dengan kriteria umum yang digunakan untuk jawaban adalah:

Tabel 3.3 Penentuan Skor Skala Likert

	Keterangan	Skor
A	Sangat Setuju (SS)	5
B	Setuju (S)	4
C	Cukup Setuju (CS)	3
D	Tidak Setuju (TS)	2
E	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel 3.4 Penentuan Skaor Skala Nominal

	Keterangan	Skor
A	Ya (Y)	1
B	Tidak (T)	0

- b. Data Sekunder. Data sekunder diperoleh dari sumber data melalui buku-buku, hasil-hasil penelitian terdahulu, dan mencatat data-data yang ada pada tempat penelitian penulis yaitu kelurahan Tanjung Raya dan PT Arista Mitra Lestari Cabang A. Yani Bandar Lampung.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan datanya dapat dilakukan dengan wawancara, kuesioner dan studi pustaka, dimana dapat ditentukan melalui kuesioner yang diberikan kepada responden untuk mendapatkan hasil jawabannya. Sehingga dalam penentuan skor atas sejumlah pernyataan memuat 5 (lima) alternative jawaban yang diberikan symbol 5 4 3 2 dan 1. Setiap jawaban akan disusun berdasarkan jenjang tertentu dari yang tertinggi sampai pada yang terendah. Untuk keperluan tersebut jenjang tertinggi diberikan skor 5 dan yang terendah diberikan skor 1. Untuk dapat memudahkan perhitungan yang ada, data yang berbentuk ordinal dan dirubah ke dalam bentuk interval dengan menggunakan MSI (*Method of successive interval*).

a. Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai tehnik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

b. Kuesioner

Pada teknik kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan cara memberikan adanya daftar pertanyaan kepada responden, dan berharap kepada responden dapat memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Dalam penelitian ini berharap agar dapat mengetahui seberapa besar pengaruh psikologis terhadap adanya keputusan pembelian motor

Yamaha pada PT Arista Mitra Lestari Cabang A. Yani, dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden yang ada.

c. Studi Kepustakaan

Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mempelajari berbagai literature, bahan bacaan yang menunjang, serta sumber-sumber yang lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.7 Teknik Pengolahan Data

Menurut Sugiono (2004: 169) pengolahan data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Adapun teknik-teknik pengolahan data sebagai berikut:

1. *Editing*

Pemeriksaan kembali data-data yang didapat dan jika masih terdapat hal-hal yang mungkin masih meragukan, seperti penulisan, kejelasan makna, kelengkapan isi, makna jawaban dan relevansi jawaban.

2. *Coding*

Pada tahap koding, jawaban responden diklasifikasikan menurut jenis pertanyaan dengan memberi tanda bagi setiap data dalam kategori yang sama. Hal ini dilakukan dengan cara menandai masing-masing jawaban dengan kode tertentu.

3. *Tabulating*

Mengelompokan jawaban yang serupa dengan teliti dan teratur, lalu di hitung mana yang termasuk dalam kategori, kegiatan tersebut dilaksanakan sampai terwujud tabel-tabel yang berguna dan penting pada data kuantitatif.

3.8 Teknik Pengujian Instrumen

3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur ketepatan senyatanya alat ukur yang digunakan dalam instrumen daftar pertanyaan. Dengan kata lain indikator yang digunakan dalam alat ukur apakah tepat atau valid sebagai pengukuran variabel dari suatu konsep yang sebenarnya (Ghiselli, et al., 1981; dan Azwar, 2000, dalam Jogiyanto, 2007). Uji validitas instrumen dilakukan dengan menguji validitas konstruk melalui penggunaan analisis faktor. Validitas konstruk menunjukkan seberapa valid hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukur atau indikator sesuai dengan konsep teori yang digunakan.

Penggunaan analisis faktor dilakukan, pertama-tama melihat nilai KMO- MSA (*Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequasi*), dan nilai signifikansi *Barlett.s Test of Sphericity* kurang dari 0,05, untuk menilai atau menguji bahwa alat ukur yang digunakan memadai. Nilai KMO-MSA menurut Kaiser, 1974 (Wibisono, 2000) bahwa KMO-MSA sebesar 0,9 maka alat ukur yang digunakan sangat memuaskan, sebesar 0,8 memuaskan, 0,7 menengah, 0,6 cukup, dan 0,5 kurang memuaskan. Langkah analisis faktor berikutnya, adalah melihat nilai faktor *loading* dari masing-masing item pertanyaan/indikator, sesuai dengan pendapat Comrey, 1973 (Jogiyanto, 2008), yang menyatakan bahwa suatu indikator atau item membentuk suatu konstruk dengan valid dan benar, maka indikator, atau item tersebut harus memuat skor yang tinggi atau

nilai faktor *loading* memberikan nilai besar. Beberapa kriteria alat ukur dikatakan valid menurut Comrey, 1973 yaitu:

Tabel 3.5 Nilai KMO- MSA

No	Nilai Faktor <i>Loading</i>	Kriteria
1	< 0,45	Tidak Valid
2	0,45 – 0,55	Cukup Valid
3	0,56 – 0,62	Valid
4	0,63 – 0,71	Sangat Valid
5	Lebih dari 0,71	Memuaskan atau sangat sangat valid atau validitas sangat tinggi

Sumber: Jogiyanto HM, 2007

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan dengan menggunakan rumus *alpha* (σ) dimana uji reliabilitas ini bertujuan untuk menunjukkan tingkat konsistensi suatu alat pengukur (kuesioner) dalam mengukur gejala yang sama. Teknik uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Cronbach*. Teknik uji reliabilitas ini dipilih karena skor dari kuesioner yang digunakan merupakan rentangan antara beberapa nilai (Umar, 2002:125). Rumus Pengujian Reliabilitas Instrumen dengan teknik *Cronbach* adalah:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum t_b^2}{t_t^2} \right) \dots \dots \dots 3.1$$

Keterangan :

- r_{11} = Reliabilitas instrument
- k = Banyak butir pertanyaan
- t_t^2 = Variabel total
- t_b^2 = Jumlah varians butir

Jumlah varians tiap butir diperoleh dengan menjumlahkan nilai-nilai varians tiap butir. Rumus varians adalah:

$$s^2 = \frac{(\sum X)^2}{N} - \frac{\sum X^2}{N} \dots\dots\dots 3.2$$

Keterangan:

n = Jumlah Responden

X = Nilai Skor yang dipilih

3.9 Teknik Analisis

3.9.1 Analisis Faktor

Menurut Kinear dan Taylor, analisis faktor adalah:

“a procedure that takes a large number of variables or objects and searches to see whether they have a small number of factors in common which account for their intercorrelation”. Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan analisis faktor konfirmatori. Analisis ini bertujuan untuk mengadakan konfirmasi berdasarkan teori dan konsep yang sudah ada sehingga dapat diketahui keakuratan instrumen yang dibuat. Analisis ini menggunakan program SPSS 12.0.

Prinsip dasar dari analisis faktor adalah mengekstrasi sejumlah faktor bersama (*common factors*) dari gugusan variabel asal X_1, X_2, \dots, X_p , sehingga banyaknya faktor lebih sedikit dibandingkan dengan banyaknya variabel asal X dan sebagian informasi (ragam) variabel asal X tersimpan dalam sejumlah faktor. Sedangkan satu tujuan dari analisis faktor adalah mereduksi jumlah variabel dengan cara mirip seperti pengelompokkan variabel. Dalam analisis ini, variabel-variabel dikelompokkan berdasarkan korelasinya. Dimana variabel yang

berkorelasi tinggi akan berada dalam kelompok tertentu membentuk suatu faktor, sedangkan dengan variabel dalam kelompok (faktor) lain mempunyai korelasi yang relatif kecil. Analisis faktor dapat dirumuskan dalam model matematis sebagai berikut:

$$X_1 = C_{11} F_1 + C_{12} F_2 + \dots + C_{1p} F_p + \epsilon_1 \dots\dots\dots 3.3$$

$$X_2 = C_{21} F_1 + C_{22} F_2 + \dots + C_{2p} F_p + \epsilon_2 \dots\dots\dots 3.4$$

$$X_p = C_{p1} F_1 + C_{p2} F_2 + \dots + C_{pp} F_p + \epsilon_p \dots\dots\dots 3.5$$

Keterangan:

X_j = Variabel

F_j = Faktor persamaan ke j

C_{ij} = Bobot loading dari variabel ke i pada faktor ke j yang menunjukkan pentingnya faktor ke j dalam komposisi dari variabel ke i.

ϵ_p = Galat eror faktor spesifik

Untuk menentukan suatu kelompok variabel layak atau tidak layak sebagai faktor akan digunakan *Eigen Value*, yaitu jika nilai eigen value tersebut lebih besar atau sama dengan satu (1) maka dinyatakan layak atau dapat diterima. Sedangkan untuk mengetahui besarnya sumbangan masing-masing faktor akan dilihat dari total varian masing-masing faktor. Kemudian untuk melihat peranan masing-masing variabel dalam suatu faktor dilihat dari besarnya *loading* variabel bersangkutan, dimana *loading* terbesar mempunyai peranan utama. Untuk

menentukan faktor minimum guna mencapai varian maksimum digunakan *principle component analysis*. Bila terdapat *loading* yang berbeda maka hipotesis dapat diterima.

Pada dasarnya analisis faktor dilaksanakan melalui tiga langkah utama sebagai berikut

1. Matrik Korelasi

Data yang telah terkumpul akan diproses dalam komputer dan akan menghasilkan matrik korelasi. Berdasarkan koefisien korelasi dapat diidentifikasi variabel-variabel tertentu yang hampir tidak memiliki korelasi lain, sehingga dapat dikeluarkan analisis lebih lanjut.

2. Ekstraksi Faktor

Setelah variabel disusun kembali berdasarkan korelasi hasil langkah pertama, maka program komputer akan menentukan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili data. Untuk menentukan jumlah faktor yang dapat diterima atau layak, secara empirik data dapat dilihat pada *eigen value* suatu faktor yang besarnya lebih atau sama dengan 1 (1).

3. Rotasi

Hasil ekstraksi faktor yang sering kali masih sulit untuk menentukan pola atau pengelompokan variabel-variabel secara bermakna, dengan rotasi dapat diidentifikasi dengan memilih nilai *loading* lebih besar. Statistik yang terkait dengan analisis faktor adalah sebagai berikut:

- a. *Barlett test of sphericity* merupakan test statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa antar variabel tidak berkorelasi.

- b. *Correlation matrik F* merupakan korelasi antar semua variabel yang diteliti dan elemen diagonal dihilangkan.
- c. *Communality* yaitu jumlah *variance* yang dimiliki semua variabel yang dianalisis atau yang dapat dikatakan sebagai proporsi *variance* yang dapat dijelaskan oleh faktor umum.
- d. *Eigen Value* yaitu nilai yang mewakili total *variance* yang dijelaskan oleh setiap faktor.
- e. *Factor loading plot* yaitu titik potong dari variabel-variabel asli yang menggunakan faktor *loading* sebagai koordinat
- f. *Factor matrik F* memuat faktor-faktor *loading* dari seluruh variabel pada faktor-faktor yang telah terpilih.
- g. *Factor Score* merupakan estimasi nilai skor bagi setiap responden dari suatu faktor.
- h. Kaiser-Meyer-Olkin- *measure of sampling adequacy*. Indeks yang digunakan untuk menguji ketepatan analisis faktor. Nilai yang tinggi (0,5-1,0) menunjukkan bahwa analisis tersebut tepat dan tidak tepat bila dibawah 0,5.