

III. METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Penelitian ini menganalisa tentang pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian mobil merek Toyota Kijang Innova di Bandar Lampung. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* adalah (X) yaitu citra merek (X1) dan kualitas produk (X2). Kemudian variabel terikat atau *dependent variable* (Y) adalah keputusan pembelian mobil Toyota Kijang Innova. Yang menjadi objek penelitian ini adalah masyarakat Bandar Lampung yang pernah membeli atau menggunakan mobil Toyota Kijang Innova di Kota Bandar Lampung. Alasan memilih mobil Toyota Kijang Innova sebagai produk yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah karena mobil Toyota Kijang Innova merupakan salah satu produk dari Toyota yang sudah terkenal dan juga bersaing ketat dengan kompetitornya.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Menurut Nazir (2009:273) populasi adalah kumpulan dari ukuran–ukuran tentang sesuatu yang ingin kita buat referensi. Populasi adalah berkenaan dengan data, bukan dengan orangnya ataupun bendanya. Maka dari itu target populasi dari

penelitian ini adalah seluruh pemilik mobil Toyota Kijang Innova di Bandar Lampung.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008). Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap dapat mewakili populasi. Agar sampel yang diambil dapat *representative* atau mewakili populasi, maka pengambilan sampelnya harus tepat.

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode *non-probability sampling* dengan teknik *Purposive Judgement Sampling* yaitu sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan rancangan penelitian. Teknik ini merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang dipertimbangkan memiliki hubungan yang sangat erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

Teknik pemilihan sampel pada penelitian ini melihat ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel yaitu seperti konsumen yang memiliki atau menggunakan mobil Toyota Kijang Innova, kemudian konsumen sering melakukan pembelian onderdil merek Toyota baik di dealer resmi Toyota maupun di bengkel/toko-toko yang menjual perlengkapan/onderdil merek Toyota dan tentunya konsumen Toyota yang berada di Bandar Lampung. Teknik ini dipilih oleh peneliti karena peneliti juga memiliki keterbatasan dana dan waktu.

Hair (2006) menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel yang dianalisa atau indikator pertanyaan. Jumlah pertanyaan dari penelitian ini berjumlah 26, maka diperoleh hasil perhitungan ukuran sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Ukuran Sampel} &= 5 \times 26 \\ &= 130 \text{ sampel}\end{aligned}$$

Berdasarkan uraian di atas, maka jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 130 responden yang dapat mewakili konsumen pengguna mobil Toyota Kijang Innova di Bandar Lampung yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

3.3 Sumber Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini diperoleh dari sumber yang secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu :

- 3.3.1 Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari penduduk kota Bandar Lampung yang menjadi responden penelitian, melalui pengisian kuesioner.
- 3.3.2 Data Sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Data ini diperoleh melalui yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, misalnya literatur terkait, majalah, internet, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya. Jadi data sekunder berasal dari tangan kedua, ketiga dan seterusnya, artinya melewati satu atau lebih pihak yang bukan peneliti sendiri.

3.4 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian *explanatory*. Menurut Singarimbun dan Effendi (2006:5) penelitian *explanatory* yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengajuan hipotesis dengan menggunakan data-data yang sama. Penelitian ini menggunakan jenis *explanatory research* karena peneliti ingin menjelaskan hubungan kausal yang terjadi antara variabel-variabel citra merek dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian mobil Toyota Kijang Innova dengan melakukan pengujian hipotesis yang telah diajukan sebelumnya.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

Adapun cara pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan dua macam cara, yaitu :

3.5.1 Kuisioner

Penelitian ini dilaksanakan untuk memperoleh data primer mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Kijang Innova di Bandar Lampung. Adapun cara yang digunakan adalah dengan penyebaran kuisioner kepada pemilik mobil Toyota Kijang Innova di Bandar Lampung.

3.5.2 Dokumentasi

Mengumpulkan data-data sekunder dengan mempelajari dan mengumpulkan teori-teori dari berbagai literatur dan buku bacaan yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini secara garis besar di bagi menjadi dua yaitu variabel terikat (*dependent*) dan variabel bebas (*independent*). Untuk lebih memperjelas, beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Citra Merek (X1)

Dalam menyusun penelitian ini variabel bebas (*independent*) yang digunakan adalah citra merek yang terdiri dari sub variabel : Citra Pembuat (*Corporate Image*), Citra Pemakai (*User Image*), Citra Produk (*Product Image*).

2. Variabel Kualitas Produk (X2)

Variabel bebas (*independent*) yang digunakan adalah kualitas produk yang terdiri dari sub variabel : Bentuk (*Form*), Fitur (*Feature*) Penyesuaian (*Customization*), Kualitas Kinerja (*Performance Quality*), Kualitas Kesesuaian (*Conformance Quality*), Ketahanan (*Durability*), Keandalan (*Reliability*), Kemudahan Perbaikan (*Repairability*), Gaya (*Style*).

3. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel terikat (*dependent*) yang digunakan adalah keputusan pembelian.

Tabel 3 : Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator
Citra Merek (X ₁)	Citra merek sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek. Karena itu sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh citra merek tersebut. (Simamora 2004:63)	1. Citra Pembuat (<i>Corporate Image</i>)	- Popularitas - Kredibilitas - Jaringan perusahaan.
		2. Citra Pemakai (<i>User Image</i>)	- Pemakai itu sendiri - Gaya hidup/kepribadian - Status sosial
		3. Citra Produk (<i>Product Image</i>)	- Atribut produk - Manfaat bagi konsumen penggunaanya - Jaminan jual kembali

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator
Kualitas Produk (X₂)	Definisi kualitas produk berhubungan dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya yaitu : 1. Bentuk (<i>Form</i>) 2. Fitur (<i>Feature</i>) 3. Penyesuaian (<i>Customization</i>) 4. Kualitas Kinerja (<i>Performance Quality</i>) 5. Kualitas Kesesuaian (<i>Conformance Quality</i>) 6. Ketahanan (<i>Durability</i>) 7. Keandalan (<i>Reliability</i>) 8. Kemudahan Perbaikan (<i>Repairability</i>) 9. Gaya (<i>Style</i>) Philip Kotler & Kevin Lane Keller Jilid 2 (2009)	1. Bentuk (<i>Form</i>)	- Tampilan fisik
		2. Fitur (<i>Feature</i>)	- Memiliki teknologi yang canggih
		3. Penyesuaian (<i>Customization</i>)	- Pilihan tipe mobil bervariasi
		4. Kualitas Kinerja (<i>Performance Quality</i>)	- Performa mesin - Emisi bahan bakar irit
		5. Kualitas Kesesuaian (<i>Conformance Quality</i>)	- Kelengkapan standar keamanan
		6. Ketahanan (<i>Durability</i>)	- Daya tahan produk
		7. Keandalan (<i>Reliability</i>)	- Penggunaan mobil disegala medan
		8. Kemudahan Perbaikan (<i>Repairability</i>)	- Produk mudah diperbaiki - Onderdil mudah didapat - Bengkel tersebar
		9. Gaya (<i>Style</i>)	- Warna

Variabel	Konsep Variabel		Indikator
Keputusan pembelian (Y)	<p>Dalam mempelajari bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian terdapat proses keputusan pembeli yang terdiri dalam lima tahap.</p> <p>-Pengenalan Masalah</p> <p>- Pencarian Informasi</p> <p>- Evaluasi Alternatif</p> <p>- Keputusan Pembelian</p> <p>-Perilaku Pasca Pembelian</p> <p>(Kotler, 2009:235)</p>	1. Pengenalan Masalah	- Mengenal masalah sebelum membeli
		2. Pencarian Informasi	- Mendapatkan informasi mengenai produk
		3. Evaluasi Alternatif	- Tingkat perbandingan citra
		4. Keputusan Pembelian	- Ketepatan dalam memutuskan untuk membeli
		5. Perilaku Pasca Pembelian	- Kenyamanan setelah pembelian produk

3.7 Pengukuran Instrumen Penelitian

Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuisisioner menggunakan skala likert, dengan nilai sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju = 1 (Sangat Buruk)

Tidak Setuju = 2 (Buruk)

Netral = 3 (Cukup atau Sedang)

Setuju = 4 (Baik)

Sangat Setuju = 5 (Sangat Baik)

3.8 Uji Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas variabel-variabel yang diteliti menggunakan teknik pengujian sebagai berikut :

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur (instrumen) dapat mengukur apa yang diukur (Singarimbun, 1995: 124).

Pengujian validitas instrumen dapat dilakukan secara internal/rasional maupun eksternal/empiris. Uji validitas internal dapat dilakukan dengan cara menguji validitas konstruk (*construct validity*) dan validitas isi (*content validity*). Uji validitas konstruk berkaitan dengan kesanggupan alat ukur dalam mengukur suatu konsep yang diukurnya. Menurut Jack R. Fraenkel, validasi konstruk (penentuan validitas konstruk) merupakan yang terluas cakupannya dibanding dengan validasi yang lain, karena melibatkan banyak prosedur termasuk validasi isi dan validasi kriteria. (Siregar, 2013). Instrumen dalam penelitian ini dapat diuji dengan uji validitas konstruk yang telah disusun berdasarkan teori yang relevan, dengan beberapa tahapan sebagai berikut: (1) berkonsultasi dan memintai pendapat dari ahli (*judgment experts*); (2) uji coba instrumen; (3) pengujian validitas butir-butir instrumen dengan bantuan *software* komputer SPSS 21.

Secara manual, rumus yang digunakan untuk uji validitas konstruk dengan teknik korelasi *Product Moment*, yaitu:

$$r_{hitung} = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

n = Jumlah Responden

X = Skor Variabel (Jawaban Responden)

Y = Skor Total dari Variabel (Jawaban Responden)

Pengukuran validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi *Product Moment*

dengan bantuan SPSS 21. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner dengan

jumlah responden (n) sebanyak 130 orang, dilakukan uji validitas dengan $r_{tabel (n-2)}$;

$r_{n-2} = 0,301$. Hasil uji validitas ditampilkan dalam bentuk Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Uji Validitas Instrumen

Citra Merek (X ₁)							
Butir Soal	r _{hitung}	r _{tabel}		Sig.	Kriteria Sig.		Ket.
		<0,301	>0,301		0,05	0,05	
1	0,521	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
2	0,643	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
3	0,363	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
4	0,650	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
5	0,717	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
6	0,615	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
7	0,521	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
8	0,673	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
9	0,377	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
Kualitas Produk (X ₂)							
1	0,653	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
2	0,759	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
3	0,394	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
4	0,805	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
5	0,882	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
6	0,809	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
7	0,696	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
8	0,793	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid

9	0,349	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
10	0,805	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
11	0,882	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
12	0,809	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
Keputusan Pembelian (Y)							
1	0,680	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
2	0,778	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
3	0,393	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
4	0,671	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid
5	0,756	-	>0,301	0,000	0,05	-	Valid

Sumber: Lampiran 3

Tabel 4 Uji validitas diukur melalui kriteria:

- a. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir soal kuesioner dinyatakan valid.
Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir soal kuesioner dinyatakan tidak valid.
- b. Jika probabilitas (sig.) $0,05$ maka butir soal kuesioner dinyatakan valid.
Sebaliknya, jika probabilitas (sig.) $0,05$ maka butir soal kuesioner dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan Tabel 4 dan dengan kriteria tersebut, dapat diketahui bahwa:

- a. Seluruh butir soal kuesioner instrumen citra merek dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,301) dan (sig.) $0,05$.
- b. Seluruh butir soal kuesioner instrumen kualitas produk dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,301) dan (sig.) $0,05$.
- c. Seluruh butir soal kuesioner instrumen keputusan pembelian dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,301) dan (sig.) $0,05$.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberikan hasil yang konsisten, apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang. Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal melalui *test-retest/stability*, *equivalent*, dan gabungan keduanya; ataupun secara internal melalui *internal consistency* (Sugiyono, 2013). Uji reliabilitas *internal consistency* dapat dilakukan dengan teknik *Alpha Cronbach*, belah dua (*split half*), KR 20, KR 21, ataupun *Annova Hoyt* (Siregar, 2013).

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Secara manual, rumus pengujian reliabilitas dengan teknik *Alpha Cronbach* ialah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \left(\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \right\}$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen

k = Jumlah butir soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Uji reliabilitas dilakukan pada jumlah responden (n) sebanyak 130 orang. Dengan menggunakan bantuan SPSS 21, dapat diketahui koefisien reliabilitas masing-masing instrumen sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Reliabilitas Instrumen

Instrumen	Koefisien Reliabilitas Instrumen	Jumlah Butir Soal	Keterangan
Citra Merek	0,729	9	Reliabel
Kualitas Produk	0,767	12	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,755	5	Reliabel

Sumber: Lampiran 3

Uji reliabilitas masing-masing instrumen di atas diukur dengan kriteria:

- a. Bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$ maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.
- b. Bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $< 0,6$ maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Menurut Cronbach (dalam Nazir, 2005: 84), kriteria reliabilitas diinterpretasikan dengan daftar koefisien r sebagai berikut:

Tabel 6. Koefisien nilai r Cronbach's Alpha

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang/Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Berdasarkan hasil olah data pada Tabel 6 dan dengan kriteria tersebut, dapat diketahui bahwa seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel, dengan penggolongan sebagai berikut.

- a. Instrumen penelitian citra merek dengan koefisien realibilitas bernilai 0,729 tergolong reliabilitas yang tinggi.
- b. Instrumen penelitian iklim organisasi dengan koefisien realibilitas bernilai 0,767 tergolong reliabilitas yang tinggi.
- c. Instrumen penelitian kinerja dosen dan karyawan dengan koefisien realibilitas bernilai 0,755 tergolong reliabilitas yang tinggi.

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan analisis dengan menggunakan pendekatan dan rumus statistik. Dalam penelitian ini analisis kuantitatif yang digunakan adalah:

3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis kuantitatif dilakukan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel bebas terhadap keputusan pembelian. Analisis kuantitatif yang digunakan yaitu regresi linear berganda dengan bantuan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dengan rumus :

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Citra Merek Mobil MPV (*Multi Purpose Vehicle*) merek Toyota Kijang Innova

X_2 = Kualitas Produk Mobil MPV (*Multi Purpose Vehicle*) merek Toyota Kijang Innova

a = bilangan konstanta

b = koefisien regresi

e = error (variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model)

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen X_1 dan X_2 secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$

Dengan kriteria pengujian :

H_0 diterima dan H_a ditolak bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

H_0 ditolak dan H_a diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.10.2 Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen X_1 dan X_2 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$

Dengan kriteria pengujian :

Ho diterima dan Ha ditolak bila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$

Ho ditolak dan Ha diterima bila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

3.11 Analisis Kualitatif

Analisis dilakukan dengan cara pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif yang digunakan untuk pemecahan masalah adalah dengan menguraikan hasil kuesioner oleh para perespon.