

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian menggunakan metode survei dan menurut tingkat eksplanasinya penelitian ini adalah penelitian deskriptif verifikatif. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan dalam populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Kerlinger, 1973 dalam Sugiyono 2003:7). Penelitian deskriptif verifikatif menurut Sugiyono (2003:10) adalah penelitian diskriptif yang bertujuan untuk mencari hubungan kausalitas antar variabel melalui uji hipotesis. Penelitian ini adalah penelitian yang berusaha menjawab pertanyaan seberapa besar pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda vario pada PT Lampung Motor di Unit 2 Tulang Bawang.

3.1.2 Pengumpulan Data

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di kabupaten Tulang Bawang, tepatnya di unit 2. Alasan pemilihan tempat penelitian ini adalah karena pertimbangan letak dari PT Lampung Motor berada di pasar unit 2 Tulang Bawang, sehingga mudah bagi peneliti untuk memberi kuesioner kepada konsumen, karena setiap konsumen sepeda motor khususnya Honda akan datang ke PT Lampung Motor untuk melakukan service terhadap motornya.

Sumber Data

1. Data primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari responden. Data ini diperoleh dari wawancara, pengamatan langsung terhadap sumber yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada konsumen sepeda motor Honda vario PT Lampung Motor di Unit 2 Tulang Bawang dan pemilik sepeda motor vario secara umum.
2. Data sekunder, yaitu data pendukung yang diperlukan untuk melengkapi data primer. Data ini diperoleh dari literatur-literatur , Data dari internet maupun data dari perusahaan yang mendukung penelitian ini.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen (pemilik sepeda motor honda vario) dari PT Lampung Motor di Unit 2 Tulang Bawang dan jumlahnya tidak diketahui. Pengambilan sampel dari populasi adalah konsumen pemilik sepeda motor honda vario dari PT Lampung Motor di Unit 2 Tulang Bawang, yang memenuhi syarat dan dapat membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2003: 73). Metode pengambilan sampelnya menggunakan *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah sampel yang dipilih dengan cermat, dan pertimbangan sesuai kriteria, sehingga relevan dengan rancangan penelitian.

Untuk menentukan besarnya sampel yang dapat mewakili populasi penelitian ini, digunakan rumus Hair, dkk dalam Butar butar (2011 : 52) yaitu:

$$\text{Jumlah Sampel} = \text{Jumlah indikator} \times 5$$

Hair, dkk. dalam Butar butar (2008: 36) menyarankan, bahwa ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 observasi untuk setiap estimated parameter. Dalam penelitian ini jumlah dimensi dari seluruh variabel laten adalah 14 indikator, maka jumlah sampel yang diperlukan adalah :

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel} &= 14 \times 5 \\ &= 70 \end{aligned}$$

Jadi sampel yang akan diambil adalah sebanyak 70 responden, namun pada penelitian ini, peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 100 responden dari konsumen PT Lampung Motor di Unit 2 Tulang Bawang, yang memiliki sepeda motor Honda vario.

3.3 Definisi Oprasional Variabel

3.3.1 Variabel Independen (X)

Variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variable terikat (Sugiono, 2003:33).

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah faktor psikologis konsumen yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Variabel ini akan mempengaruhi variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian sepeda motor Honda vario pada PT Lampung Motor di Unit 2 Tulang Bawang.

3.3.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiono, 2003:33). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian sepeda motor honda vario pada PT Lampung Motor di Unit 2 Tulang Bawang, variabel ini dipengaruhi oleh variabel independen (X) yaitu faktor psikologis konsumen (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap).

Tabel 3.1 Variabel Operasional Penelitian dan Skala Pengukuran

No	Variabel	Operasional variabel	Indikator	Skala pengukuran
----	----------	----------------------	-----------	------------------

1.	Motivasi (X1)	Kebutuhan yang memadai untuk mendorong seseorang bertindak. Kotler (2005:215)	<ul style="list-style-type: none"> • Harga terjangkau • Kecepatan dalam berkendara • Praktis saat dikendarai • Lokasi daeler strategis dan mudah dijangkau. 	Skala Likert
2.	Persepsi (X2)	Proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Persepsi dipengaruhi oleh pengalaman individu pada masa lampau dan sikap ini pada masa mendatang. Kotler (2002:198)	<ul style="list-style-type: none"> • Citra yang baik • Kesesuaian Informasi dengan keadaan yang sebenarnya • Mesin handal • Harga jual kembali yang tinggi 	Skala Likert
3.	Pembelajaran (X3)	Gambaran perubahan dalam perilaku dalam seseorang yang timbul dari pengalaman. Kotler dan Armstrong (2008:175)	<ul style="list-style-type: none"> • Ajakan orang lain • Merasa senang setelah memiliki sepeda motor Honda • Pengalaman yang menyenangkan 	Skala Likert
4.	Keyakinan dan Sikap (X4)	Pengetahuan sebenarnya, pendapat, dan kepercayaan. Hal ini berpengaruh	<ul style="list-style-type: none"> • Menyukai bentuk dan desain sepeda motor Honda yang ditawarkan • Pelayanan yang memuaskan 	skala Likert

		pada keputusan untuk membeli. Setiap individu memiliki sikap yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan adanya pandangan yang berbeda terhadap usaha-usaha pemasaran perusahaan. Kotler (2002:199)		
5.	Pembelian (Y)	Keinginan yang dimiliki konsumen untuk mengkonsumsi suatu produk. Kotler dan Keller (2009)	<ul style="list-style-type: none"> • Pembelian Honda Vario karena harga terjangkau, kualitas, desain yang menarik, praktis dalam mengendarai dan saran orang lain. 	Skala Likert

3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pengukuran dari Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2003:86). Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif dan dalam penelitian ini

menggunakan bobot nilai terhadap jawaban dalam kuesioner dibagi menjadi lima tingkat alternatif jawaban yang disusun bertingkat dengan pemberian bobot nilai sebagai berikut:

- Sangat setuju diberi skor 5
- Setuju diberi skor 4
- Netral diberi skor 3
- Tidak setuju diberi skor 2
- Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Sugiono 2003:109). Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Jadi dengan melakukan uji validitas maka bisa dilihat seberapa baik instrumen tersebut dapat mengukur suatu penelitian. Untuk menguji tingkat validitas, dalam penelitian ini menggunakan rumus *Product Moment Pearson* 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 = Koefisien korelasi
- x = Item
- y = Total skor
- n = Banyaknya sampel

Sumber : Arikunto, 2006:170

Setelah nilai r (koefisien korelasi) diperoleh maka langkah selanjutnya adalah

membandingkan antara hasil nilai r perhitungan dengan nilai r yang terdapat pada tabel nilai

kritis. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 17.0 dan uji validitas dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ nilai r tabel.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur tanpa kesalahan dan hasilnya selalu konsisten meskipun digunakan orang lain atau di tempat lain untuk mengukur hal yang sama. Suatu instrumen penelitian disebut reliabel bila memiliki koefisien keandalan (reliabilitas) $\geq 0,6$ (Sekaran, 1992:287).

Untuk menguji tingkat reliabilitas, dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Croanbach* sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

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

σ_t^2 = Varians total

Sumber : Arikunto, 2006:196

3.6 Alat Analisis Data

3.6.1 Analisis Kualitatif

Data kualitatif yaitu data penelitian yang bukan angka, yang sifatnya tidak dapat dihitung berupa informasi atau penjelasan yang didasarkan pada pendekatan teoritis dan penilaian logis. Analisis ini dilakukan dengan cara menganalisis permasalahan dan mencari jalan

pemecahan masalah dengan menggunakan data yang terkumpul dari hasil kuesioner yang dihubungkan dengan teori berkaitan dengan perilaku dan pengambilan keputusan konsumen. Perhitungan hasil kuesioner menggunakan distribusi frekuensi dan menggunakan *mean* atau rata-rata jawaban responden. *Mean* dapat dimanfaatkan untuk melihat kecenderungan penilaian responden terhadap pernyataan yang diberikan. Sebelum analisis *mean* dilakukan terlebih dahulu dibuat suatu batas kelas. Pembuatan batas kelas digunakan untuk memutuskan apakah nilai rata-rata dapat masuk dalam kategori baru.

Hasil dari rata-rata kemudian dibagi pada rentang skala berdasarkan rumus berikut:

$$\text{Rentang skala interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Nilai tertinggi}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Nilai rata-rata (*mean*) dimasukkan ke dalam rentang skala sesuai dengan tabel interval nilai dan interpretasinya sebagai berikut :

Tabel 3.6 Penafsiran Nilai Rata-Rata/Mean

NO.	Nilai Rata-Rata	Kategori
1.	$1.00 < x \leq 1.80$	Persetujuan Sangat Rendah (Sangat Negatif)
2.	$1.80 < x \leq 2.60$	Persetujuan Rendah (Negatif)
3.	$2.60 < x \leq 3.40$	Persetujuan Cukup (Cukup Positif)
4.	$3.40 < x \leq 4.20$	Persetujuan Tinggi (Positif)
5.	$4.20 < x \leq 5.00$	Persetujuan Sangat Tinggi (Sangat positif)

Sumber : Darmadi dkk., (2004).

Setelah diketahui rentang skala, selanjutnya dapat diketahui dimana letak rata-rata penilaian responden melalui penafsiran nilai rata-rata dari jawaban responden terhadap pernyataan pada kuesioner.

3.6.2 Analisis Kuantitatif

Data kuantitatif yaitu data berupa angka yang sifatnya dapat dihitung dan diukur jumlahnya untuk diolah menggunakan metode statistik. Dalam penelitian ini analisis kuantitatif

dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda dan menggunakan bantuan *software* SPSS 17.0

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

- a, = Bilangan Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X₁ = Variabel Motivasi
- X₂ = Variabel Persepsi
- X₃ = Variabel Pembelajaran
- X₄ = variabel Keyakinan dan Sikap
- Y = Keputusan Pembelian
- e = error atau sisa (residual)

Sumber : Rangkuti, 2007:162

Untuk memastikan bahwa persamaan regresi merupakan model yang tepat untuk memprediksi perilaku keputusan pembelian oleh konsumen, maka perlu diuji secara simultan dengan Uji F. Sedangkan untuk mengetahui kebermaknaan koefisien regresi dilakukan Uji t, selengkapnya diuraikan sebagai berikut:

a. Uji F

Dari hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, maka untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat digunakan uji F yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

- R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Sumber : Sugiyono, 2006:219

b. Uji t

Dari hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, maka untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara terpisah (parsial) terhadap variabel terikat digunakan uji t yang dirumuskan sebagai berikut:

$$t = \frac{r_p \sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r^2_p}}$$

Sumber : Sugiyono, 2006:222