

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek adalah jumlah dari target populasi atau sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda Motor Honda Vario. Sedangkan objek penelitian adalah sepeda motor Honda Vario.

##### **B. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Accidental sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yakni siapa aja yang kebetulan ditemui ditempat penelitian dan dijadikan sampel.

##### **C. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa jawaban responden atas kuesioner yang disebarkan.

##### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam metode survey yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (Indriantoro & Supomo, 1999) yaitu dengan

menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawabnya.

#### **E. Definisi Operasional Variable Penelitian Dan Indikator Pengukuran**

. Variabel yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

Variabel dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian produk sepeda motor Honda Vario, yaitu perilaku atau tindakan konsumen yang telah membeli dan memiliki sepeda motor Honda Vario.

Indikatornya yaitu :

- a. Tingkat kebutuhan
- b. Tingkat kepuasan
- c. Citra merek

Kategori tingkat kebutuhan : sangat membutuhkan (skor 5), membutuhkan (skor 4), kadang membutuhkan (skor 3), belum membutuhkan (skor 2), dan tidak membutuhkan (skor 1).

Kategori tingkat kepuasan : sangat memuaskan (skor 5), memuaskan (skor 4), kadang memuaskan (skor 3), kurang memuaskan (skor 2) dan tidak memuaskan (skor 1).

Kategori citra merek : sangat baik (skor 5), baik (skor 4), cukup baik (skor 3), kurang baik (skor 2) dan tidak tahu (skor 1).

**Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian :****a. Motivasi**

Motivasi merupakan faktor pendorong untuk membeli. Indikatornya:

- 1) biaya transportasi murah
- 2) harga terjangkau
- 3) koleksi/hoby
- 4) gengsi
- 5) mengikuti trend.

Kategorinya : sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), kadang-kadang setuju (skor 3), tidak setuju (skor 2) dan tidak tahu (skor 1).

**b. Keluarga**

Setiap anggota keluarga memiliki perbedaan fungsi, peran dan persepsi.

Indikatornya:

- 1) ayah
- 2) ibu
- 3) anak.

Siapa yang paling menonjol dalam menentukan (membuat keputusan) membeli sepeda motor.

Kategorinya : sangat menentukan (skor 5), menentukan (skor 4), kadang-kadang menentukan (skor 3), tidak menentukan (skor 2) dan tidak tahu (skor 1).

d. Kelompok Referensi

Kelompok sosial atau tingkatan sosial yang berpengaruh untuk dijadikan ukuran/referensi dalam membeli sepeda motor. Indikatornya:

- 1) Tokoh masyarakat
- 2) Tetangga
- 3) Teman.

Kategorinya : sangat berpengaruh (skor 5), berpengaruh (skor 4), kadang-kadang berpengaruh (skor 3), tidak berpengaruh (skor 2) dan tidak tahu (skor 1).

e. Atribut Produk

Nilai yang terkandung dan timbul dari produk yang dapat dilihat dan dirasakan konsumen. Indikatornya:

- 4) Hemat BBM
- 5) service mudah
- 6) kecepatan laju/lari
- 7) bentuk/model.

Kategorinya : sangat dipertimbangkan (skor 5), dipertimbangkan (skor 4), kadang-kadang dipertimbangkan (skor 3); tidak dipertimbangkan (skor 2) dan tidak tahu (skor 1).

f. Promosi

Melihat tanggapan responden tentang pengaruh promosi yang dilakukan distributor/dealer sepeda motor. Indikatornya:

- a. Promosi di TV
- b. promosi di surat kabar
- c. pameran
- d. papan reklame/poster,
- e. brosur.

Kategorinya : sangat berpengaruh (skor 5), berpengaruh (skor 4), kadang-kadang berpengaruh (skor 3), tidak berpengaruh (skor 2) dan tidak tahu (skor 1).

g. Lokasi

Melihat tanggapan responden tentang lokasi. Indikator:

- a. Kemudahan transportasi
- b. Kedekatan tempat tinggal konsumen dengan dealer.

Kategorinya : sangat mudah (skor 5), mudah (skor 4), kadang-kadang mudah (skor 3), sulit (skor 2) dan sangat sulit (skor 1).

## F. Uji Kualitas Data

### 1. Uji Validitas

Validitas ini digunakan untuk mengukur seberapa cermat test tersebut benar-benar mencerminkan variabel yang dapat diukur. Pada dasarnya validitas ini berfungsi untuk mengukur atau menguji apakah tiap butir instrumen telah benar-benar mengungkapkan indikator yang ingin diteliti.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi pearson. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika koefisien korelasi antara score butir dengan total score positif dan signifikan pada tingkat 1% atau 5% (Alni, dkk, 2003).

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data memberikan hasil yang relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama. Untuk uji reliabilitas teknik yang digunakan melalui metode *cronbach's alpha*. Menurut Nunally (1997) dalam Imam (2001), suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha*  $\geq 0,6$ .

## G. Uji Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis data yang bertujuan untuk menggambarkan profil responden atau subjek penelitian dan atau karakteristik data yang disajikan dalam bentuk table statistic deskriptif (Umar, 2000).

### 2. Analisis Kualitatif

#### a. Mean Arithmetic ( Angka Rata-Rata )

Dalam penelitian ini menggunakan analisis Mean Arithmetic (angka rata – rata) dengan rumus sebagai berikut :

$$X = \frac{\sum x}{n}$$

Dimana :

X = Rata – rata hitung

$\sum x$  = Jumlah semua nilai observasi

N = Jumlah item observasi

#### b. Interval/Skorsing

Untuk mengetahui posisi hasil indeks skor dapat dilihat dengan skala sebagai berikut ( Mustafa ,Zainal, 1998,103) :

Interval = Nilai Tertinggi – nilai terendah

Banyak kelas