

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah citra merek, harga, kualitas produk dan pendapatan sebagai variabel independen, dan keputusan pembelian mobil bekas Toyota Avanza sebagai variabel dependen.

### 3.2. Metode Penelitian

#### 3.2.1. Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan kerangka pemikiran penulis menyusun operasionalisasi variabel berikut:

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel**

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1.	Citra Merek (X1)	Merek menolong memberikan keyakinan pembeli bahwa mereka akan mencapai kualitas yang tetap saat membeli produk.	1) Pengenalan. Dikenal luas oleh masyarakat. 2) Reputasi. Memiliki reputasi baik di mata konsumen. 3) Daya Tarik 4) Kesetiaan 5) Selalu diingat oleh konsumen.
2.	Harga (X2)	Nilai dari produk mobil bekas yang dikorbankan oleh konsumen mobil bekas saat membeli untuk mendapatkan suatu manfaat karena telah menggunakan produk/jasa yang sudah ditukarnya.	1) Keterjangkauan harga. 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3) Persaingan harga 4) Persepsi harga 5) Kesesuaian harga dengan manfaat produk.
3.	Kualitas Produk (X3)	Semua dari ciri ataupun karakteristik dari barang/jasa dan memiliki kemampuan memenuhi kebutuhan.	1) Kemudahan penggunaan. 2) Daya tahan. 3) Kejelasan fungsi. 4) Keragaman ukuran produk

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
4.	Pendapatan (X4)	Pendapatan sebagai uang yang diterima oleh seseorang dan perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, laba, dan lain sebagainya (Syahatah, 2008: 14)	1) Pendapatan pokok 2) Pendapatan tambahan 3) Pendapatan lain-lain (Syahatah, 2008: 103)
5.	Keputusan Pembelian (Y)	Proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. (Kotler, 2012: 70)	1) Pengenalan masalah 2) Pencarian informasi 3) Evaluasi 4) Keputusan membeli 5) Perilaku setelah membeli

### 3.2.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen mobil bekas Toyota Avanza yang disebar kepada 30 *showroom* di Kota Tasikmalaya.

#### 3.2.2.1. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung peneliti yang berasal dari objek penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden yang telah ditentukan oleh peneliti, metode kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab atau diberi tanggapan (Sugiyono, 2009:135). Dalam penelitian ini, data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen mobil bekas yang ada di Kota Tasikmalaya.

Dalam penelitian ini, data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen mobil bekas Toyota Avanza di Kota Tasikmalaya.

#### **3.2.2.2. Populasi Sasaran**

Malhotra (2010:364) mengungkapkan populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Pemilihan populasi pada penelitian ini adalah konsumen mobil bekas di Kota Tasikmalaya pada bulan Januari – Maret 2022. Berdasarkan Tabel 1.1 rata-rata penjualan untuk mobil Toyota Avanza rata-rata per bulan terjual tersebut adalah 46 unit, sehingga ditetapkan populasi sasaran dalam penelitian ini adalah 46 orang.

#### **3.2.2.3. Penentuan Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008: 80). Dikarenakan jumlah populasinya sedikit, maka pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh atau teknik sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

### **3.3. Model Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan berdasarkan pendekatan kuantitatif, Sugiyono (2017: 14), mengatakan bahwa metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random* pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian *explanatory research*. Hal ini sesuai dengan pendapat Singarimbun (2008: 4) yang menyatakan bahwa, penelitian penjelasan (*explanatory research*) menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah disusun sebelumnya. Karena itu penelitian ini disebut *testing research*. Meskipun uraiannya mengandung deskripsi tetapi fokusnya diarahkan pada penjelasan hubungan antara variabel.

Metode pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini diharapkan mampu mengungkapkan fenomena yang dikaji secara sistematis untuk mendapatkan kebenaran dari permasalahan yang diteliti. Demikian pula penelitian ini dimaksudkan untuk dapat menggambarkan realita dan fakta-fakta dari permasalahan yang diteliti secara mendalam dengan cara mencari data yang faktual dari variabel-variabel yang diteliti, sehingga hubungan antar variabel dapat dianalisis dengan analisis kuantitatif melalui uji statistik yang relevan dengan data yang diperoleh.

### **3.4. Teknik Analisis Data**

#### **3.4.1. Skala Pengukuran Data**

Hal penyebaran angket yang berbentuk skala ordinal ialah skala yang didasarkan pada rangking diurutkan dari jenjang yang lebih tinggi sampai jenjang terendah atau sebaliknya. Sedangkan skala yang digunakan untuk instrumen dalam penelitian ini adalah skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

**Tabel 3.2 Skala Pengukuran Kuesioner**

<b>Tingkat Pelayanan</b>	<b>Nilai</b>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

*Sumber: Sugiyono (2017: 136)*

Dengan demikian dapat ditentukan untuk mengukur tiap butir soal angket variabel. citra merek, harga, kualitas produk, pendapatan dan keputusan pembelian dihitung sebagai berikut:

$$\text{Nilai indeks minimum} : 1 \times 1 \times 46 = 46$$

$$\text{Nilai indeks maksimum} : 5 \times 1 \times 46 = 230$$

$$\text{Interval} : 230 - 46 = 184$$

$$\text{Jarak Interval} : \frac{184}{5} = 36,8$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dengan nilai minimum 46 dan panjang kelas 36,8, maka dapat disusun kategori untuk tiap butir soal untuk variabel bebas citra merek, harga, kualitas produk dan pendapatan serta satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Kategori Tiap Butir Soal Variabel**

<b>Kelas Interval</b>	<b>Kriteria</b>
$46 \leq X < 82,8$	Sangat Kurang
$82,8 \leq X < 119,6$	Kurang
$119,6 \leq X < 156,4$	Cukup
$156,4 \leq X < 193,2$	Baik
$193,2 \leq X \leq 230$	Sangat Baik

*Sumber: Silalahi (2018, hal. 137)*

Selanjutnya guna pengolahan data, data hasil angket yang berbentuk ordinal dirubah terlebih dahulu menjadi data interval dengan menggunakan *Metode Sucessive Interval* (MSI) yang ada pda progrm excel.

### **3.4.2. Uji Instrumen**

#### **3.4.2.1. Uji Validitas**

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *Pearson Product Moment*, dengan ketentuan indikator pertanyaan dapat dikatakan valid apabila nilainya  $< 0,05$  maka dinyatakan valid, tetapi jika nilainya  $> 0,05$  maka dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2017: 131). Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan Program Statistik SPSS Versi 22.

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Sugiyono (2017: 132) mengemukakan bahwa teknik korelasi untuk menentukan validitas item tersebut sampai sekarang paling banyak digunakan. Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Korelasi yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment*, perhitungan uji validitas dalam penelitian ini digunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) versi 22.

Dengan derajat kebebasan / *degree of freedom* (df) = (n-2) dan  $\alpha = 0,05$  maka:

Bila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , berarti pernyataan tersebut valid dan layak untuk pengujian hipotesis.

Bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

Hasil uji validitas kemudian digunakan untuk melihat apakah item kuisioner tersebut valid atau tidak valid. Item yang tidak valid dapat dibuang. Uji coba ini dilakukan kepada 20 orang pembeli mobil bekas Toyota Avanza di kota Tasikmalaya pada bulan Juli tahun 2022 dengan hasil perhitungan IBM SPSS versi 22. Untuk  $n = 20$ , maka nilai  $r$  tabel = 0,423, dengan demikian soal dinyatakan valid jika  $r$  hitung  $> 0,423$ . Berdasarkan hasil uji validitas, diperoleh hasil sebagai berikut: (Perhitungan lengkap pada lampiran 3).

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Citra Merek (X<sub>1</sub>)**

<b>Nomor Soal</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Kriteria</b>
1	0,642	0,423	Valid
2	0,469	0,423	Valid
3	0,638	0,423	Valid
4	0,533	0,423	Valid
5	0,571	0,423	Valid
6	0,441	0,423	Valid
7	0,126	0,423	Tidak Valid

Sumber: Hasil Penelitian Diolah. 2022 (Terlampir)

Berdasarkan Tabel 3.4 hanya 6 soal yang dinyatakan valid, sehingga instrumen penelitian untuk variabel citra merek adalah 6 soal.

**Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Harga (X<sub>2</sub>)**

<b>Nomor Soal</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Kriteria</b>
1	0,485	0,423	Valid
2	0,628	0,423	Valid
3	0,521	0,423	Valid
4	0,389	0,423	Tidak Valid
5	0,713	0,423	Valid
6	0,461	0,423	Valid
7	0,502	0,423	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Diolah. 2022 (Terlampir)

Dari tabel di atas terdapat satu soal yang dinyatakan tidak valid, sehingga variabel harga menggunakan instrumen penelitian berjumlah 6 soal.

**Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X<sub>3</sub>)**

<b>Nomor Soal</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Kriteria</b>
1	0,552	0,423	Valid
2	0,532	0,423	Valid
3	0,476	0,423	Valid
4	0,822	0,423	Valid
5	0,462	0,423	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Diolah. 2022 (Terlampir)

Dari tabel di atas semua soal dinyatakan valid, sehingga variabel kualitas produk menggunakan instrumen penelitian berjumlah 5 soal.

**Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Pendapatan (X<sub>4</sub>)**

<b>Nomor Soal</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Kriteria</b>
1	0,624	0,423	Valid
2	0,458	0,423	Valid
3	0,639	0,423	Valid
4	0,794	0,423	Valid
5	0,617	0,423	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Diolah. 2022 (Terlampir)

Dari tabel di atas semua soal dinyatakan valid, sehingga variabel pendapatan menggunakan instrumen penelitian berjumlah 5 soal.

**Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Nomor Soal	r hitung	r tabel	Kriteria
1	0,804	0,423	Valid
2	0,579	0,423	Valid
3	0,447	0,423	Valid
4	0,765	0,423	Valid
5	0,683	0,423	Valid
6	0,773	0,423	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Diolah. 2022 (Terlampir)

Dari tabel di atas semua soal dinyatakan valid, sehingga variabel keputusan pembelian menggunakan instrumen penelitian berjumlah 6 soal.

#### 3.4.2.2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam menguji reliabilitas digunakan uji konsistensi internal dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right], \quad \text{Sugiyono (2017: 134)}$$

Keterangan:  $r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

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

$V_t^2$  = varian total

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ ) > 0,6. Artinya instrumen dinyatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha > 0,600.

Uji reliabilitas memiliki kriteria pengujian yaitu suatu kuisioner dikatakan reliabilitas mempunyai nilai *alpha* positif dan lebih besar dari 0,6. Dimana semakin besar nilai *alpha*, maka alat pengukur yang digunakan semakin handal (*reliable*). Uji reliabilitas ini menggunakan *software program statistical program for sosial sains* (SPSS) versi 22. Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Kriteria
1.	Citra Merek ( $X_1$ )	0,681	Reliabel
2.	Harga ( $X_2$ )	0,723	Reliabel
3.	Kualitas Produk ( $X_3$ )	0,697	Reliabel
4.	Pendapatan ( $X_4$ )	0,624	Reliabel
5.	Keputusan Pembelian (Y)	0,775	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian Diolah. 2022 (Terlampir)

### 3.4.2.3. Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala normalitas, gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas dan gejala autokorelasi.

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2017: 110), tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan.

Dasar pengambilan untuk uji normalitas data adalah:

- a. Jika data menyebar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## **2. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Sugiyono (2017: 105) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## **3. Uji Multikolinearitas**

Menurut Sugiyono (2017: 91) uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas / variabel

independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal, dengan nilai korelasi antara variabel bebasnya sama dengan nol.

- a. Jika antar variabel bebas pada korelasi di atas 0,90, maka hal ini merupakan adanya multikolinearitas.
- b. Atau multikolinieritas juga dapat dilihat VIF, jika  $VIF < 10$  maka tingkat multikolinearitasnya masih dapat ditoleransi.
- c. Nilai *Eigen Value* berjumlah satu atau lebih, jika variabel bebas mendekati 0 menunjukkan adanya multikolinearitas.

### **3.4.3. Alat Analisis**

Dikarenakan terdapat lebih dari satu variabel bebas, maka teknik yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dengan demikian penulis hanya akan menganalisis pengaruh secara langsung variabel bebas terhadap variabel terikat, tanpa menghitung pengaruh secara tidak langsung maupun hubungan antar variabel bebas. Rancangan pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

#### **1. Persamaan Regresi Linear Berganda**

Persamaan regresi linear berganda merupakan alat analisis untuk mengukur keadaan variabel dependen bila terdapat dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dengan model persamaan sebagai berikut sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \quad (\text{Sugiyono, 2017})$$

Keterangan:

- Y = Variabel Dependen (Minat Beli)  
 X1 = Variabel Independen (Citra Merek)  
 X2 = Variabel Independen (Harga)  
 X3 = Variabel Independen (Kualitas Produk)  
 a = Nilai Y jika X=0 (Konstanta)  
 b = Angka Arah atau Koefisien Regresi  
 e = Kesalahan Baku Estimasi Regresi

## 2. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel independen atau lebih secara simultan dengan satu variabel dependen. Menghitung korelasi ganda mempergunakan program aplikasi SPSS Versi 22.

Untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan (r) antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut ini:

**Tabel 3.10 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

*Sumber: Sugiyono (2017: 183)*

### 3. Analisis Koefisien Determinasi

Merupakan pengkuadratan dari nilai korelasi ( $R^2$ ). Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dinyatakan dalam persentase. Rumus yang digunakan adalah:

$$Kd = r^2 \times 100\% \quad (\text{Sugiyono, 2017: 229})$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien korelasi dikuadratkan

#### 3.4.4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional:

$H_0 : \beta < 0$  Citra merek, harga, kualitas produk, dan pendapatan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

$H_a : \beta > 0$  Citra merek, harga kualitas produk, dan pendapatan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

$H_0 : \beta_1 < 0$  Citra merek secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

$H_a : \beta_1 > 0$  Citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

$H_0 : \beta_2 < 0$  Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

$H_a : \beta_2 > 0$  Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

$H_0 : \beta_3 < 0$  Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Ha :  $\beta_3 > 0$  Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Konsumen.

Ho :  $\beta_4 < 0$  Pendapatan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Ha :  $\beta_4 < 0$  Pendapatan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Tingkat keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 95% dengan taraf nyata 5% ( $\alpha = 0,05$ ), hal ini sering digunakan dalam penelitian ilmu sosial. Untuk mengetahui korelasi antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen ini signifikan atau tidak digunakan uji F, dan secara parsial digunakan uji t. Pengujian akan dilakukan dengan program aplikasi SPSS versi 22.

Kaidah keputusan yang digunakan penulis:

1. Secara Bersama-sama

Tidak ditolak Ho, jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  atau *Sig.*  $\rho > 0,05$

Ditolak Ho, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau *Sig.*  $\rho < 0,05$ .

2. Secara Parsial

Tidak ditolak Ho, jika:  $-t^{1/2}\alpha \leq t_{hitung} \leq t^{1/2}\alpha$  atau *Sig.*  $\rho > 0,05$

Ditolak Ho, jika:  $t_{hitung} < -t^{1/2}\alpha$  atau  $t_{hitung} > t^{1/2}\alpha$  atau *Sig.*  $\rho < 0,05$ .