

## **BAB IV**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yang obyektif, valid, dan *reliable* dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan, sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah yang terjadi. Bertolak dari permasalahan dan tujuan penelitian yang ingin dicapai, jenis penelitian adalah kuantitatif, dimana penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh antara variabel terikat dan variabel bebas dalam penelitian ini.

#### **B. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini dilaksanakan di kota Makassar. Waktu penelitian dilakukan selama 2 (dua) bulan mulai September sampai November 2017.

#### **C. Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder diuraikan sebagai berikut :

## 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari penyebaran kuisisioner secara langsung kepada responden, di mana hasil dari data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.

## 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder bersumber dari studi pustaka melalui berbagai jurnal, artikel majalah pemasaran, maupun artikel yang diambil dari internet.

## D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data sebagai bahan dalam penelitian ini, maka digunakan metode sebagai berikut:

1. **Observasi**, yaitu melakukan penelitian langsung terhadap obyek yang menjadi sasaran penelitian.
2. **Wawancara**, yaitu wawancara yang dilakukan kepada responden dengan menggunakan daftar kuisisioner yang telah disiapkan.
3. **Kuesioner**, adalah pengumpul data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

## **E. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan mobil Honda di kota Makassar tidak dapat diketahui secara pasti, oleh karena itu dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.

### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Sampel ini diambil karena dalam penelitian ini tidak mungkin diteliti seluruh anggota populasi konsumen produk mobil Honda di kota Makassar.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini akan menggunakan kombinasi antara metode *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Metode *accidental sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011). Sedangkan metode *purposive sampling* adalah pemilihan subjektif terhadap responden yang memiliki informasi dan kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Ferdinand,

2011). Kombinasi kedua metode tersebut akan memilih sampel secara kebetulan pada responden yang memenuhi kriteria yang ditentukan peneliti.

Dari jumlah populasi yang sangat banyak, maka peneliti mengambil beberapa sampel yang secara kebetulan ditemui dan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan peneliti yaitu sebanyak 70 responden. Syarat responden yang dapat dijadikan sumber adalah sebagai berikut:

- a. Responden yang berumur minimal 21 tahun
- b. Responden yang diteliti adalah konsumen yang memakai mobil Honda di kota Makassar.
- c. Responden membeli mobil Honda dengan tahun pembelian 2013 sampai tahun 2017 (Bulan Agustus) baik kredit maupun tunai.

## **F. Metode Analisis Data**

### **1. Uji kualitas data**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas dimaksud untuk melihat konsistensi variabel independen dengan apa yang akan diukur, selain itu untuk mengetahui seberapa jauh alat pengukur dapat memberikan gambaran terhadap obyek yang diteliti sehingga menunjukkan dengan sebenarnya obyek yang akan diukur. Dengan demikian diharapkan kuisioner yang digunakan dapat berfungsi sebagai alat

pengumpul data yang akurat dan dapat dipercaya (Ghozali, 2009). Tipe validitas yang dipergunakan dalam uji validitas ini adalah validitas konstruk, tipe ini mengkorelasikan nilai item dengan nilai total. Menurut Sugiyono (2011) bahwa syarat minimum dikatakan valid apabila memiliki nilai korelasi di atas dari 0,30.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode internal *consistency*. Reliabilitas instrumen dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan koefisien *Cronbach's alpha*. Jika nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,600 maka disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut handal atau *reliable* (Ghozali, 2009).

## 2. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2009), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel-variabel bebas atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai

korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah melihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*, dimana nilai *tolerance* mendekati 1 atau tidak kurang dari 0,10, serta nilai VIF disekitar angka 1 serta tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji hetroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2009).

Pada penelitian ini, cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya suatu heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-*standardized* . Sedangkan dalam pengambilan keputusan untuk uji heterokedastisitas adalah (Ghozali, 2009) :

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal, sedangkan distribusi normal dapat diketahui dengan melihat penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2009).

Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali, 2009) :

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti

arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### **3. Analisis *Multiple Linear Regression***

#### a. Analisis regresi

Menurut Ghozali (2009), dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini, maka digunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel independen yang diketahui. Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih regresinya disebut juga regresi berganda. Oleh karena variabel independen dalam penelitian ini mempunyai variabel yang lebih dari dua, maka regresinya disebut regresi berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu diferensiasi, promosi dan *positioning* terhadap variabel dependen atau terikat yaitu keputusan pembelian Rumus regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_i$$

Dimana :



Y : Keputusan Pembelian

$X_1$  : *Diferensiasi*

$X_2$  : Promosi

$X_3$  : *Positioning*

$b_0$  : Konstanta

$b_1 - b_3$  : Koefisien Regresi

e : Faktor Kesalahan

## b. Uji Hipotesis

### 1) Uji parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2009), uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pada tahap ini Mengukur taraf signifikansi dengan menggunakan probabilitas sebesar 0,05 (5%) dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika Probabilitas  $< 0,05$  = maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- b) Jika Probabilitas  $> 0,05$  = maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

Apabila pengujian tersebut telah dilakukan, maka hasil pengujian tersebut  $t_{hitung}$  dibandingkan  $t_{tabel}$  dan kriteria sebagai berikut :

- (1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  , Variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
- (2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , Variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

## 2) Uji simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2009) uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pada tahap ini mengukur taraf signifikansi dengan menggunakan probabilitas sebesar 0,05 (5%) dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Probabilitas  $< 0,05$  = maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
- b) Probabilitas  $> 0,05$  = maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

Apabila pengujian telah dilakukan, maka hasil pengujian tersebut  $F_{hitung}$  dibanding dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

- (1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , Berarti bahwa diferensiasi, promosi dan *positioning* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- (2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , Berarti bahwa diferensiasi, promosi dan *positioning* secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan

variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2009).

### **G. Definisi Operasional dan Pengukurannya**

Definisi operasional digunakan agar tidak menimbulkan penafsiran ganda yaitu dengan memberikan batasan terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Diferensiasi (X1) adalah proses menambahkan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai, guna membedakan tawaran perusahaan itu dari tawaran pesaing. Indikator yang digunakan yaitu:
  - a. Produk sesuai dengan mutu/kualitas yang diharapkan oleh konsumen.
  - b. Produk yang dipasarkan Mobil Honda sesuai dengan rancangan dan keinginan konsumen.
  - c. Karyawan memiliki keterampilan yang lebih baik, ramah dan sopan.
  - d. Memiliki pelayanan pra dan purna jual yang lebih baik.
2. Promosi (X2) merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Indikator yang digunakan adalah :

- a. Iklan yang disampaikan dapat memberikan informasi akan produk.
  - b. Membeli karena adanya promosi penjualan.
  - c. Dalam melakukan promosi sering melakukan kerja sama dengan perusahaan yang sama.
  - d. Komunikasi yang dilakukan meyakinkan anda untuk melakukan pembelian.
  - e. Komunikasi langsung (*face to face*) untuk memperkenalkan produk memberikan informasi untuk melakukan pembelian
3. *Positioning* (X3) adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas di dalam benak pelanggan sasaran. Indikator yang digunakan yaitu:
- a. Pesaing, desain interior lebih baik dibandingkan dengan merek lain sejenis.
  - b. Harga yang ditawarkan terjangkau
  - c. Atribut produk, saya dapat mengenal logo mobil honda
  - d. Manfaat, banyaknya bengkel resmi sehingga memudahkan saya dalam melakukan perawatan rutin
4. Keputusan pembelian (Y) adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan oleh produsen. Indikator yang digunakan adalah:
- a. Membeli karena sudah sering memakainya
  - b. Mencari informasi terlebih dahulu sebelum membeli produk

- c. Mengevaluasi produk sebelum melakukan pembelian dengan cara membandingkan produk dengan produk lain
- d. Melakukan keputusan pembelian karena harga yang terjangkau
- e. Merasa puas setelah memakainya, sehingga kecenderungan pembelian ulang

Untuk pengukuran masing-masing variabel independen dan dependent masing-masing menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin (1 sangat tidak setuju, dan 5 sangat setuju).

Adapun jenis skala yang akan digunakan untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner adalah metode skala likert. Menurut Sugiyono (2013 : 132-133) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- a. Jawaban sangat setuju, diberi skor 5
- b. Jawaban setuju, diberi skor 4
- c. Jawaban netral, diberi skor 3
- d. Jawaban tidak setuju, diberi skor 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju, diberi skor 1