

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Setting Penelitian

Penelitian ini berlokasi di UIN Raden Fatah Palembang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) angkatan tahun 2014-2017. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa yang menggunakan helm merek GM, dan mahasiswa tersebut masih aktif kuliah.

Peneliti mengambil responden mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2014-2017 FEBI. Penelitian ini mengambil lokasi di Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikri KM 3.5, Pahlawan kemuning Kota Palembang ini karena peneliti beranggapan bahwa mahasiswa tersebut merupakan pelanggan potensi bagi helm GM, karena sebagian besar mahasiswa menggunakan kendaraan bermotor menuju kampus dan menggunakan pelindung kepala atau helm, karena itulah difokuskan terhadap mahasiswa/i FEBI UIN Raden Fatah Palembang.

B. Desain Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disebutkan maka Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dengan cara membagikan kuesioner ke mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

C. Sumber Data dan Jenis Data

1. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Yaitu data yang diperoleh dari responden melalui pengisian kuesioner, kelompok fokus dan panel, atau juga data hasil berupa wawancara peneliti dengan narasumber.¹

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli .Data primer yang digunakan pada penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden, yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

2. Jenis Data

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Jenis data kuantitatif dalam penelitian ini merupakan jenis data yang diperoleh melalui kuesioner(angket) yang dibagikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang sebagai instrumen penelitian.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah Sekumpulan orang, benda atau hal yang menjadi sumber untuk sebuah pengambilan sampel, sesuatu yang telah memenuhi syarat tertentu yang berkaitan langsung dengan masalah

¹ Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2013), hlm. 60

penelitian².disebutkan juga populasi merupakan seluruh subjek didalam wilayah penelitian dijadikan subjek penelitian³.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai pengguna helm merek GM. Pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2014-2017.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari subjek penelitian dipilih dan dianggap mewakili keseluruhan. Teknik yang dilakukan dalam pengambilan sampel penelitian adalah *Accidental Sampling* ialah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik penelitian maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden).⁴

Pada penelitian ini populasinya adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2014-2017 UIN Raden Fatah Palembang. Dengan penentuan jumlah sampel penelitian ini yaitu dengan berdasarkan perhitungan melalui rumus Hair el al adalah tergantung pada jumlah indikator dikali rentang 5 sampai 10^5 .

² Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia,(Jakarta: Balai Pustaka, 2005),hlm.898

³ Sumanto, *Metode Penelitian* ,(Yogyakarta:CAPS,2014)Hlm. 159

⁴Riduwan dan Akdon, *Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statistik*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 240

⁵ J.F. Hair, *Multivariate Data Analysis*, Edisi 5,(Semarang: Gramedia Pustaka Utama, 2006)

- c. N = Netral diwakili oleh angka 3
- d. TS =Tidak setuju diwakili oleh angka 2
- e. STS =Sangat tidak setuju diwakili oleh angka 1

E. Variabel-variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan Kondisi-kondisi atau serenteristik-serenteristik yang oleh peneliti dimanipulasikan, dikontrol atau diobservasi dalam suatu penelitian .Variabel penelitian itu meliputi faktor-faktor yang beroperanan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti.⁶ Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Variabel Bebas (independen)

Variabel bebas juga disebut variabel stimulus , prediktor, *antecependen* atau variabel independen. Variabel ini merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat.⁷Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu: Citra Merek(X_1), dan Harga (X_2).

b. Variabel Terikat (dependens)

Variabel terikat juga disebut variabel *output* ,kriteria, konsekuensi, atau variabel dependen .Variabel dependen merupakan variabel yang dipenuhi atau akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah Keputusan pembelian (Y).

⁶ Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian*,(Jakarta: Bumi Aksara, 2013) ,hlm.118

⁷ Sumanto, *Teori Dan Aplikasi Metode Penelitian*,(Yogyakarta:CAPS,2014)Hlm.39

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Citra Merek(X1)	Citra Merek adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek. ⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fungsi Produk dirasakan Konsumen. 2. Citra Produk dapat dirasakan Konsumen. 3. Merek Suatu Produk Mudah Diingat. 	Likert
Penetapan Harga(X2) (Basu Swasta)	Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa. ⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga Terjangkau oleh Semua Masyarakat. 2. Penentuan Harga Sesuai dengan Kualitas Produk. 3. Harga Sesuai manfaat Suatu Produk. 	Likert
Keputusan Pembelian(Y) (Kotler dan Keller)	Keputusan pembelian adalah perilaku seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang dipercaya akan melaksanakan dirinya dan kesediaannya untuk menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya. ¹⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Membeli 5. Tingkah laku Pasca Pembelian. 	Likert

F. Instrumen Penelitian

⁸ Djaslim, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Linda Karya, 2010), hlm. 45

⁹ Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern Edisi ketiga*, (Yogyakarta: Liberty), hlm. 149

¹⁰ Kotler dan Keller, *Manajemen pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks Gramedia, 2009) hlm. 59

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan Indeks yang Menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran betul-betul mengukur apa yang akan diukur.¹¹ Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikan 5% dari *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini (n) adalah jumlah sampel. Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya.

2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut mempunyai kemampuan untuk mengukur tanpa kesalahan dan hasilnya tetap konsisten (sama). Uji realibilitas instrument dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. *cronbach alpha* berfungsi untuk mengetahui realibilitas konsisten pada item atau menguji kekonsestinan responden dalam merespon seluruh item. Instrument untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.¹² Dalam menjawab ketidak konsistenan dapat terjadi mungkin karena perbedaan persepsi responden atau kurang pahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

Tabel 3.2

Pedoman untuk interpretasi terhadap koefisien korelasi

¹¹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Prenadamedia, 2011), hlm 130

¹² Imam Ghozali, *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2014), hlm. 129

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 -0,199	Sangat Rendah
0,20-0,0339	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,060-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*¹³

G. Teknik Analisis Data

penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda ini berfungsi untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan model regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut¹⁴:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = keputusan Pembelian

a = konstanta

b = koefisien X variabel bebas

X₁ = Citra Merek

X₂ = Harga

H. Uji Asumsi Klasik

¹³*Ibid.*, hlm. 129

¹⁴Ir. M. Iqbal Hasan, M.M., *Pokok-Pokok Materi Statistik 1*, (Jakarta: PT. Bumi Akrasa, 2003), hlm. 269

Menjelaskan Sebelum data diuji perlu diketahui apakah data telah melanggar asumsi dasar seperti *multikolinearitas*, dan *autokorelasi*, *heterokedastisitas*. Cara pengujian yang dapat dilakukan adalah dengan uji nilai T, uji nilai F, dan *adjusted R- squared*. Setiap estimasi ekonometri harus dibersihkan dari penyimpangan terhadap asumsi dasar dan dalam hal ini ketiga masalah tersebut akan dideteksi untuk setiap persamaan. Masing-masing pengujian asumsi klasik tersebut secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak, model regresi yang baik yaitu distribusi data normal atau mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.¹⁵

Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, maka dilakukan perhitungan uji normalitas sebaran dengan uji statistic kolmogorof-smirnow (K-S), untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan > 0,05, sebaliknya jika nilai signifikan

Hipotesis yang dikemukakan:

$H_0 =$ data residual berdistribusi normal ($sig > 0,05$)

¹⁵Ghozali, *Model Persamaan Structural Konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos Ver.5.0*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), hlm. 113

H_a = data residual tidak berdistribusi normal ($sig < 0,05$).

b. Uji Linieritas

Uji linieritas ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam hubungan ini memiliki hubungan yang linier. Hal ini dimaksudkan apakah garis regresi antara X dan Y membentuk garis linier atau tidak. Uji ini ditentukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas sebagai prediktor mempunyai hubungan linier atau tidak dengan variabel terikat.

c. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas/ independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak *ortogonal*. *Variabel Ortogonal* Merupakan variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinieritas tidak akan terjadi apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 serta nilai *tolerance* kurang dari 0,10.

d. Uji heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji keadaan terjadinya ketidaksamaan variabel dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas menyebabkan penaksir atau estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi.

Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Spearman's rho, yaitu mengkorelasikan nilai residual (*Unstandardized residual*) dengan masing-masing variabel independen. Jika signifikan korelasi $< 0,05$ maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas, jika signifikan $> 0,05$ maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

I. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini ada empat, yaitu uji r korelasi koefisien determinasi (R^2), Uji F (stimulan), Uji T (parsial).

a. Uji R (korelasi)

Uji r korelasi bertujuan untuk menganalisis hubungan antara dua peubah, jika ada keeratan hubungan linier antara kedua peubah tersebut dinyatakan dengan korelasi. Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui hubungan antara beberapa variabel independen, yaitu Citra Merek (X_1), Harga (X_2), terhadap satu variabel yaitu keputusan Pembelian (Y) hubungan secara positif atau tidak.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (cross section) relatif mudah karena adanya variasi yang besar antar masing-masing pengamatan.¹⁶

Nilai koefisien determinasi mempunyai interval 0-1 ($0 \leq R^2 \leq 1$), jika $R^2 = 1$, berarti besarnya persentase sumbangan X_1 , dan X_2 , terhadap variasi (naik turunnya) Y secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y .¹⁷

¹⁶Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hlm. 83

¹⁷Imam Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graham Ilmu, 2006), hlm. 125

c. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistika F pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan apakah variabel independen atau bebas yang dimaksudkan mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.¹⁸

Kriteria dalam uji F adalah sebagai berikut:

1. Taraf signifikan $\alpha = 0,05$
2. H_0 akan ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel independen (X) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)
3. H_a akan diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya variabel independen (X) secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

d. Uji signifikan parameter individual (Uji Statistic T)

Uji signifikan t bertujuan untuk mengetahui signifikan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. Maka nilai signifikan t dibandingkan dengan derajat kepercayaan. Apabila sig t lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima. Demikian pula jika sig t lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak. Bila H_0 ditolak ini berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

¹⁸Priyanto, *Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, (Yogyakarta: Mediakom, 2009), hlm. 85

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis diolah (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen,
2. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut.
3. Mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.