BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei. Penelitian dengan menggunakan metoda survei adalah penelitian yang sumber data dan informasi utamanya diperoleh dari responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan kuesioner atau angket sebagai instrumen pengumpulan data. Metoda penelitian survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu. Survei dilakukan dengan cara peneliti pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya pada populasi besar maupun kecil (Nana & Elin, 2018).

B. Populasi, Sampel, dan Metode Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi secara umum didefinisikan sebagai keseluruhan objek atau subjek yang akan diteliti. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi obyek dan benda-benda alam lain. Populasi dalam penelitian ini yaitu individu yang sudah pernah melakukan pembelian sepeda motor Honda.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dianggap mampu untuk mewakili keseluruhan populasi. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Wenas et al., 2014). Sampel yang akan diambil di peneltian ini yaitu sebagian dari masyarakat yang pernah melakukan pembelian sepeda motor Honda sebanyak 120 orang. Diambil berdasarkan salah satu teori yaitu teori ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat, untuk kebanyakan penelitian dan jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat menurut Roscoe (1975) yang dikutip Sekaran (2010).

3. Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *non probability sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan, oleh karena itu penulis memilih teknik pengambilan *purposive sampling* dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Terdapat beberapa kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Individu yang telah melakukan pembelian sepeda motor Honda

2. Individu yang telah memakai sepeda motor Honda

C. Data dan Sumber Data

Data merupakan informasi dan keterangan yang di peroleh dari suatu penelitian, dimana data-data yang diperoleh tersebut diperlukan sebagai bahan untuk diteliti dan menganalisa masalah yang timbul dalam penelitian (Wenas et al., 2014). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

Sumber data adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan satu sumber yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Pengumpulan data merupakan alat di dalam penelitian berupa instrumen seperti kuesioner, angket, wawancara ataupun gambar. Di dalam penelitian ini penulis akan menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Kuesioner merupakan metoda pengumpulan data yang dilakukan

dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertutup kepada responden untuk dijawab sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya. Pertanyaaan tertutup tersebut menerangkan tanggapan responden terhadap variabel kecintaan merek dan keputusan pembelian ulang.

Untuk penskoran dari tiap jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menentukan sebagai berikut:

1. Untuk jawaban Sangat Setuju (SS) responden diberi skor 5
2. Untuk jawaban Setuju (S) responden diberi skor 4
3. Untuk jawaban Netral (N) responden diberi skor 3
4. Untuk jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
5. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel peneliatan adalah objek penelitian atau pembahasan utama yang menjadi fokus utama dalam penelitian. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel *independent* dalam penelitian ini terdiri dari :
   a. Kecintaan merek

Kecintaan merek atau *brand love* didefinisikan sebagai tingkat keterikatan emosional penuh gairah yang dimiliki konsumen yang puas untuk sebuah merek tertentu (Carroll & Ahuvia, 2006). Dalam variabel ini didasarkan pada 5 item pertanyaan. Setiap item pertanyaan tersebut dinilai dengan skala Likert dengan bobot 1 sampai 5 yaitu mulai dari Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS) dengan indikator sebagai berikut :

1) Kehandalan
2) Memikirkan
3) Ikatan
4) kesesuaian

b. Kepercayaan merek

Menurut Lau dan Lee dalam Tjahyadi (2006:71) kepercayaan pelanggan pada merek (*brand trust*) didefinisikan sebagai keinginan pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan risiko-risiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif. Pengukuran kepercayaan merek didasarkan pada dua dimensi yaitu brand reliability dan brand intentions yang dikembangkan oleh Delgado (2001). Dalam variabel ini didasarkan pada 4 item pertanyaan. Setiap item pertanyaan tersebut dinilai dengan skala Likert dengan bobot 1 sampai 5 yaitu mulai dari Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS) dengan indikator sebagai berikut :

1) Kepercayaan

2) Pernyataan kepercayaan
3) Kepuasan
4) Keamanan .

2. Variabel terikat *(Dependent)* adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Menurut Kotler, Wong, Saunders, dan Armstrong (2005:284) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana seorang konsumen benar-benar membeli sebuah produk. Dalam variabel ini didasarkan pada 3 item pertanyaan. Setiap item pertanyaan tersebut dinilai dengan skala Likert dengan bobot 1 sampai 5 yaitu mulai dari Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS) dengan idikator sebagai berikut :
   1) Pengenalan kebutuhan
   2) Pencarian infromasi
   3) Keputusan pembelian

3. Variabel Moderasi (*moderating*) adalah variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel moderasi penelitian ini adalah WOM. Menurut Sernovitz (2009:31). Dalam variabel ini didasarkan pada 5 item pertanyaan. Setiap item pertanyaan tersebut dinilai dengan skala Likert dengan bobot 1 sampai 5 yaitu mulai dari Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS) dengan indikator sebagai berikut :

1) Membicarakan
2) Timbal balik
3) merekomendasikan

F. Metode Analisis Data

1. Uji instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengukur apakah kuisioner yang diajukan telah valid atau tidak. Kuesioner dinyatakan valid apabila mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh peneliti dalam kuesioner tersebut sehingga data yang diperoleh akurat. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *pearson correlation* dengan r tabel *product moment*. Data dikatakan valid apabila nilai *pearson correlation* lebih besar dari r tabel dan positif maka data dinyatakan valid (Adi et al., 2018).

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah hasil jawaban dari kuesioner benar-benar stabil dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Kriteria dalam pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas yaitu dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* (α) untuk menghasilkan variabel. Dimana suatu variabel

dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 (Ghozali, 2011:56).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality* Kolmogorov-Smirnov dalam program SPSS. Menurut (Santoso 2012) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu:

1) Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2) Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas Ghozali (2011:47). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi

antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai angka tolerance mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas Bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini menggunakan uji Gletser yaitu mentransformasikan nilai residual menjadi nilai absolut dan meregresikannya dengan variabel independen.Jika nilai signifikansi tersebut lebih besar atau sama dengan 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, tetapi jika nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas Ghozali (2011).

3. Uji Hipotesis

a) Analisi data

Analisis yang digunakan yaitu *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kecintaan merek dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian yang dimoderasi oleh WOM. Bentuk persamaan dalam penelitian ini adalah :

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + \beta_3 Z + \beta_4 X1*Z + \beta_5 X2*Z + \boldsymbol{e}}$$

Keterangan:

Y	= Variabel Dependen (Keputusan Pembalian)
α	= Konstanta dari persamaan regresi
β_1, β_2, β_3, β_4, β_5	= Koefisien korelasi variabel
X1	= Kecintaan merek
X2	= Kepercayaan merek
Z	= *Word of Mouth*
e	= *Standar eror*

b) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil menjelaskan bahwa variasi variabel dependen sangatlah terbatas. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati satu menjelaskan bahwa variabel-veriabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

c) Uji F

Uji F merupakan uji kelayakan model, apakah model regresi linier berganda yang diajukan adalah model yang layak untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara besama-sama (simultan) (Ghozali, 2001).

d) Uji t

Uji t adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian parsial regresi dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel yang lain itu konstan.

Pengambilan keputusan dengan menggunakan angka probabilitas 5%, yaitu:

1) Probabilitas signifikansi > 5% maka H_o diterima dan H_a ditolak
2) Probabilitas signifikansi < 5% maka Ho ditolak dan Ha diterima.