

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Sesuai permasalahan yang diangkat pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif,¹ karena metode ini telah memenuhi kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.

Pemahaman yang muncul dikalangan pengembang, penelitian kuantitatif adalah peneliti dapat dengan sengaja mengadakan perubahan terhadap dunia sekitar dengan melakukan eksperimen.² Tujuan penelitian lebih diarahkan untuk menunjukkan hubungan antar variabel, memverifikasi teori, melakukan prediksi, dan generalisasi. Teori – teori yang diajukan dijadikan sebagai standar untuk menyatakan sesuai tidaknya sebuah gejala yang terjadi, dan disinilah

¹ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2014), hal. 37.

² Usman Rianse dan Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hal. 19-20.

muncul istilah kebenaran etik, sebuah kebenaran berdasarkan pada teori yang diajukan peneliti.

Menurut Tanzeh pada bukunya pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori,³ dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berfokus pada citra merek (*Brand Image*), kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif.⁴ Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dengan penelitian ini, maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala dalam penelitian.⁵ Dalam judul penelitian kali ini, peneliti

³ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Teras, 2011), hal. 99.

⁴ Sugiyono, *Metode penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: ALFABETA, 2016), hal. 61.

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*, (Jakarta : Rineka Cipta, cet. XII, 2002), hal. 27.

menjelaskan apakah citra merek (*Brand Image*), kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶

Populasi juga merupakan keseluruhan sasaran yang seharusnya diteliti dan pada populasi itu hasil penelitian diberlakukan.⁷ Populasi adalah tempat terjadinya masalah yang kita selidiki. Jadi populasi yaitu keseluruhan objek yang menjadi sasaran penelitian dan sampel akan diambil dari populasi. Populasi diartikan sebagai jumlah kumpulan unit yang akan diteliti karakteristik atau cirinya. Namun, jika populasinya terlalu luas atau banyak, maka hanya perlu mengambil sampel dari populasi yang telah didefinisikan. Populasi terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian.....*, hal. 80.

⁷ Moh.Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif – Kuantitatif*, (Yogyakarta : Sukses Offset, 2010), hal. 258.

yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi ditentukan berdasarkan hal- hal sebagai berikut :

- a. Pada populasi ini terdapat peristiwa atau masalah yang akan di teliti.
- b. Populasi itu dapat diidentifikasi ciri – cirinya.
- c. Besar kecilnya populasi tergantung pada kemampuan peneliti untuk menelitinya, makin besar makin baik.

Populasi ada dua, yaitu : 1. Populasi terhingga, yaitu jumlah populasi yang jumlah anggotanya terbatas dan dapat di hitung. 2. Populasi tak terhingga, yaitu bila jumlah anggotanya tak terbatas dan tidak bisa dihitung secara pasti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dan pengguna sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung

2. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel.⁸ Dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling*⁹ adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Sampling Insidental*, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu/insidental bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian.....*, hal. 81.

⁹ *Ibid.*, hal. 123.

sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data.

3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹⁰ Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut. Syarat utama sampel ialah harus mewakili populasi. Oleh karena itu, semua ciri – ciri populasi harus diwakili dalam sampel. Sampel adalah bagian – bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Jadi, sampel merupakan sebagian dari keseluruhan objek atau subjek penelitian yang memiliki ciri – ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Pemilihan dan pengambilan sampel merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Ketepatan jenis dan jumlah anggota sampel yang diambil akan sangat mempengaruhi keterwakilan (*representativeness*) sampel terhadap populasi. Keterwakilan populasi akan sangat menentukan kebenaran kesimpulan dari hasil penelitian.

Sampel dalam penelitian ini ialah konsumen yang membeli produk sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung. Penelitian dilakukan selama kurang lebih 1 bulan di kota Tulungagung. Rumus yang

¹⁰ Sukidin dan Mundir, *Metode Penelitian Membimbing Mengantar Kesuksesan Anda dalam Dunia Penelitian*, (Surabaya : Insan Cendekia, 2005), hal. 81.

digunakan untuk menentukan besarnya jumlah sampel dengan menggunakan rumus Roscoe,¹¹ penentuan jumlah sampel pada penelitian ini didasarkan pada penentuan ukuran sampel, yakni ukuran sampel yang layak dalam penelitian ialah 30-500, dan jika penelitian menggunakan analisis multivariant seperti korelasi atau regresi berganda, maka jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) dan variabel 1 dependen (Y). Dalam variabel X_1 (citra merek (*Brand Image*)) terdapat 3 sub variabel, dalam variabel X_2 (kualitas produk) terdapat 8 sub variabel, dalam variabel X_3 (harga) terdapat 3 sub variabel, dan dalam variabel Y (keputusan konsumen) terdiri dari 5 sub variabel. Jadi, jumlah variabel dalam penelitian ini dihitung menjadi 19, Sehingga jumlah anggota sampel ialah $10 \times 19 = 190$.

Dalam penelitian ini, persentase yang digunakan sebesar 5% atau 0,05 sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga berdasarkan rumus diatas jumlah perhitungan dari jumlah populasi konsumen maka sampel dalam penelitian yang dapat diambil ialah berjumlah 140 konsumen dan pengguna sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal. 133.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer.¹² Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

2. Variabel Penelitian

Variabel Penelitian menurut Sugiyono¹³ adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulan. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain satu obyek dengan obyek yang lain.

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel, antara lain meliputi tiga variabel bebas (*Variabel Independen*) dan satu variabel terikat (*Variabel Dependen*), yaitu :

a. Variabel Bebas / *Variabel Independen* (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat

¹² Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 16.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian.....*, hal. 38.

(variabel dependen).¹⁴ Variabel bebas dalam penelitian ini ada tiga, yaitu :

1. Citra merek (*Brand Image*) (X_1)
2. Kualitas Produk (X_2)
3. Harga (X_3)

b. Variabel Terikat / *Variabel Dependen* (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.¹⁵ Variabel terikat dalam penelitian ini ada satu, yaitu : Keputusan Pembelian (Y)

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran¹⁶ merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* dimana skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Untuk pemberian skor skala *Likert* ini sebagai berikut:

¹⁴ *Ibid.*, hal. 39.

¹⁵ *Ibid.*, hal. 38.

¹⁶ Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta : PT.Indeks, 2009), hal.135 – 136.

- a. Sangat setuju (SS) = Skor 5
- b. Setuju (S) = Skor 4
- c. Kurang Setuju (KS) = Skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) = Skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan kuesioner.¹⁷

Kuesioner adalah daftar pernyataan atau pertanyaan yang dikirimkan kepada responden baik secara langsung atau tidak langsung, (melalui pos atau perantara).¹⁸ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner tertutup, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan memberi tanda *check* (✓) pada kolom jawaban yang telah disediakan. Kuesioner ini bisa disebut dengan kuesioner bentuk *check list*. Jadi kuesioner ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.

¹⁷ Syofian Siregar, *Metode Penelitian:.....*, hal. 21.

¹⁸ Husaini Usman & Purnomo Setiady Akbar, *Metodeologi Penelitian Sosial*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2003), hal. 21.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti,¹⁹ disini alat yang digunakan adalah angket. Supaya instrument penelitian ini dapat berfungsi secara efektif, maka syarat validitas dan reliabilitas harus diperhatikan sungguh–sungguh. Berikut adalah instrumen penelitian yang dilakukan oleh peneliti :

¹⁹ W.Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Grasindo, 2000), hal. 123.

Tabel 3.1

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Kisi – Kisi Pertanyaan	No. Item
Citra Merek (X ₁)	Keuntungan atau keunggulan dari asosiasi merek (X _{1.1})	Produk sepeda motor Yamaha N Max tersedia banyak pilihan sesuai kebutuhan dan keinginan (X _{1.1.1})	1
		Produk sepeda motor Yamaha N Max mudah didapatkan dan senantiasa update produk terbaru dan mempublikasikannya (X _{1.1.2})	2
	Kekuatan dari asosiasi merek (X _{1.2})	Produk sepeda motor Yamaha N Max memiliki inovasi desain yang modern (X _{1.2.1})	3
		Kualitas bahan yang digunakan untuk produk sepeda motor Yamaha N Max adalah bahan yang bagus dan memperhatikan kenyamanan (X _{1.2.2})	4
	Keunikan dari asosiasi merek (X _{1.3})	Produk sepeda motor Yamaha N Max memiliki fitur desain yang unik yang membedakan dari produk merek yang lain (X _{1.3.1})	5
		Merek sepeda motor Yamaha N	6

		Max mudah diingat dan diucapkan ($X_{1.3.2}$)	
Kualitas Produk (X_2)	Performance / kinerja ($X_{2.1}$)	Sepeda motor Yamaha N Max memberikan kenyamanan berkendara secara maksimal ($X_{2.1.1}$)	7
		Sepeda motor Yamaha N Max irit bensin ($X_{2.1.2}$)	8
	Features/ keistimewaan tambahan ($X_{2.2}$)	Sepeda motor Yamaha N Max memiliki body yang menarik perhatian ($X_{2.2.1}$)	9
	Reability / keandalan ($X_{2.3}$)	Sepeda motor Yamaha N Max memiliki mesin yang handal ($X_{2.3.1}$)	10
	Service ability ($X_{2.4}$)	Sepeda motor Yamaha N Max mudah dalam perawatan ($X_{2.4.1}$)	11
	Konformans ($X_{2.5}$)	Sepeda motor Yamaha N Max sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan ($X_{2.5.1}$)	12
	Durability / daya tahan ($X_{2.6}$)	Sepeda motor Yamaha N Max memiliki umur ekonomis yang lama ($X_{2.6.1}$)	13
	Estetika ($X_{2.7}$)	Sepeda motor Yamaha N Max memiliki reputasi berkualitas tinggi ($X_{2.7.1}$)	14
	Kualitas yang dirasakan ($X_{2.8}$)	Sparepart sepeda Yamaha N Max diberikan garansi ($X_{2.8.1}$)	15

Harga (X_3)	Keterjangkauan harga ($X_{3.1}$)	Harga sepeda motor Yamaha N Max dapat dijangkau oleh ekonomi masyarakat Tulungagung ($X_{3.1.1}$)	16
	Daya saing harga ($X_{3.2}$)	Harga sepeda motor Yamaha N Max mampu bersaing dengan perusahaan motor lainnya ($X_{3.2.1}$)	17
	Kesesuaian harga dan manfaat ($X_{3.3}$)	Harga sepeda motor Yamaha N Max sesuai dengan kualitas mesin dan kualitas pelayanan yang diberikan ($X_{3.3.1}$)	18
		Harga sepeda motor Yamaha N Max sesuai dengan kebutuhan aktivitas transportasi sehari-hari ($X_{3.3.2}$)	19
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan kebutuhan (Y_1)	Membeli sepeda motor Yamaha N Max karena kebutuhan ($Y_{1.1}$)	20
		Membeli sepeda motor Yamaha N Max karena melihat teman/rekan/keluarga/ artis menggunakannya ($Y_{1.2}$)	21
	Pencarian Informasi (Y_2)	Membeli sepeda motor Yamaha N Max karena membaca brosur dan melihat banner/spanduk Yamaha ($Y_{2.1}$)	22
		Mencari informasi sepeda motor	23

		Yamaha N Max melalui web/facebook/instagram/teman/rekan (Y.2.2)	
	Evaluasi alternative (Y.3)	Memilih sepeda motor Yamaha N Max karena mempunyai berbagai pilihan model yang menarik (Y.3.1)	24
		Membeli sepeda motor Yamaha N Max karena sesuai dengan kepribadian (Y.3.2)	25
	Keputusan pembelian (Y.4)	Membeli sepeda motor Yamaha N Max karena harganya sesuai dengan model dan kualitas (Y.4.1)	26
		Membeli sepeda motor Yamaha N Max karena memiliki model yang trendi (Y.4.2)	27
		Membeli sepeda motor Yamaha N Max karena memiliki desain body motor yang unik (Y.4.3)	28
	Perilaku pasca pembelian (Y.5)	Membeli sepeda motor Yamaha N Max karena kualitasnya sesuai dengan yang diharapkan (Y.5.1)	29
		Berbelanja di dieler Yamaha karena tempatnya nyaman dan pelayanannya ramah (Y.5.2)	30

E. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiono dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.²⁰ Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

1. Uji Keabsahan Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.²¹ Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis dengan bantuan program komputer SPSS 16.0 for windows. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan ataupun pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan yang di uji validitasnya. Hasil r hitung dibandingkan dengan t tabel dimana $df=n-2$ dengan signifikansi 5%. Jika r tabel $<$ r hitung maka valid.

b. Uji *Reliabilitas*

Setelah kuesioner dilakukan uji validitas langkah selanjutnya ialah melakukan uji reliabilitas. *Reliabilitas* adalah

²⁰ Sugiono, *Metode Penelitian.....*, hal. 199.

²¹ Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hal. 192.

derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran.²² Uji *reabilitas* ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama juga.

Realiabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran.²³ Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji *reliabilitas* dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* diukur berdasarkan skala *Cronbach's Alpha* 0 sampai 1. Trithon menyatakan jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantaban *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai *alpha Cronbach* 0,00 – 0,20 berarti kurang reliable
- b. Nilai *alpha Cronbach* 0,21 – 0,40 berarti agak reliable
- c. Nilai *alpha Cronbach* 0,41 – 0,60 berarti cukup reliable
- d. Nilai *alpha Cronbach* 0,61 – 0,80 berarti reliable
- e. Nilai *alpha Cronbach* 0,81 – 1,00 berarti sangat reliable.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah uji untuk mengetahui apakah data mengalami penyimpangan atau tidak. Uji asumsi klasik terdiri dari :

²² Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal. 132.

²³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta : Prestasi Pustaka Karya, 2009), hal. 97.

a. Uji Normalitas

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik.²⁴ Berdasarkan definisi tersebut maka tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi software *IBM SPSS Statistics 20* dengan perumusan sebagai berikut :

H_0 = data yang tidak berdistribusi normal

H_1 = data yang berdistribusi normal

Metode yang digunakan adalah metode *Kolmogrov-Smirnov*. Jika nilai sig. atau nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka distribusi normal (simetris). Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, diterima H_1 jika nilai signifikansi $\geq \alpha$ dan tolak H_1 jika nilai signifikansi $\leq \alpha$.

b. Uji *Multikolinearitas*

Merupakan metode untuk mendeteksi apakah pada model regresi terdapat hubungan/korelasi di antara variabel independen, karena model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat hubungan/korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi *multikolinearitas*, penelitian ini menggunakan metode *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Jika nilai VIF lebih

²⁴ *Ibid.*, hal. 78.

kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0.1, maka tidak terdapat korelasi antar variabel independen (tidak ada multikolinearitas).²⁵ VIF disini maksudnya ialah suatu estimasi berapa besar *multikolinearitas* meningkatkan varian pada suatu estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa *multikolinearitas* telah menaikkan sedikit pada koefisien estimasi, akibatnya dapat menurunkan nilai t. Hipotesa yang digunakan dalam uji *multikolinearitas* adalah :

H_0 = Tidak ada *multikolinearitas*

H_a = Ada *multikolinearitas*

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

Jika $VIF > 10$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $VIF < 10$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *heteroskedastisitas* yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model *regresi*. Namun, jika varian residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya berbeda, maka terjadi *heteroskedastisitas*.²⁶ Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Pengujian ini dapat dilakukan dengan

²⁵ *Ibid.*, hal. 78.

²⁶ *Ibid.*, hal.79.

mengamati grafik *scatter plot* pada program SPSS dengan ketentuan :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar,lalu menyempit), maka mengindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah atau di sekitar angka 0 pada sumbu Y, maka mengindikasikan bahwa tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda berguna untuk menganalisis hubungan linier antara 2 variabel independen atau lebih dengan 1 variabel dependen.²⁷ Analisis *regresi linear* berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu citra merek (*brand image*) (X_1), kualitas produk (X_2), harga (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *regresi linear* berganda. Persamaan umum *regresi linear* berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X_1 = Citra merek (*Brand Image*)

²⁷ Syofian Siregar, *Metode Penelitian.....*, hal. 301

X_2 = Kualitas Produk

X_3 = Harga

B_1 = Koefisien variabel X_1

B_2 = Koefisien variabel X_2

B_3 = Koefisien variabel X_3

e = Error

4. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang dianggap benar dan barangkali tanpa keyakinan,²⁸ agar ditarik suatu konsekuensi yang logis dan dengan cara ini kemudian diadakan pengujian (testing) tentang kebenarannya dengan mempergunakan fakta – fakta (data) yang ada.

Pengujian hipotesa secara kuantitatif dapat dilakukan melalui analisa data secara statiska.²⁹ Untuk itu hipotesa harus dirumuskan dalam bentuk hipotesa nol dan hipotesa alternatif. Dalam analisa data hasil perhitungan statistika yang non signifikan mengharuskan hipotesa alternatif ditolak dan sebaliknya hipotesa nol diterima.

²⁸ J.Supranto, *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, (Jakarta : PT.Rineka Cipta, 1990), hal. 33.

²⁹ Nawawi H, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2005), hal. 162.

a. Uji t (Parsial)

Uji t (koefisien regresi secara parsial) digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Y).³⁰

Dilihat berdasarkan signifikansi :

- a. Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima.
- b. Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak.

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

H_0 diterima : apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti bahwa citra merek (*brand image*), kualitas produk, dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung

H_0 tidak dapat diterima : apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti bahwa citra merek (*brand image*), kualitas produk, dan harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

b. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk membuktikan apakah variabel-variabel bebas (X1/citra merek(*brand image*)), (X2/kualitas produk), (X3/harga) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y/keputusan

³⁰ Syofian Siregar, *Metode Penelitian.....*, hal. 304.

pembelian) jika dimasukkan secara simultan (bersama - sama).

Adapun sistematisnya ialah sebagai berikut :

H_0 = artinya secara bersama – sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_1 = artinya secara bersama – sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan, meliputi :

H_0 diterima, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

H_1 diterima, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

5. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berganda (R^2)³¹ dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Model dianggap baik bila koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati satu

Pengujian koefisien determinasi dilakukan dengan melihat nilai *R Square* dan *Adjusted R Square*. “Untuk regresi linear berganda, lebih baik menggunakan *R Square* yang telah disesuaikan (*Adjusted R*

³¹ *Ibid.*, hal. 301.

Square), karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan”³².

Dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda maka masing – masing variabel independen yaitu citra merek (*brand image*), kualitas produk, dan harga secara parsial dan simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian yang dinyatakan dengan R^2 untuk menyatakan koefisien determinasi atau seberapa besar pengaruh yaitu citra merek (*brand image*), kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.

Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini juga digunakan untuk menganalisis variabel independen yang mempunyai pengaruh paling kuat dan dominan terhadap variabel dependen dengan menggunakan metode *stepwise*.

³² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik.....*, hal. 71.