**BAB III**

**METODOLOGI PENELITIAN**

1. **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupan jenis penelitian kauntitatif. Menurut (Sugiyono, 2014: 7). Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang berusaha menggambarkan kegiatan penelitian dengan tujuan dapat memeberikan informasi secara sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungannya dengan menggunakan model matematis, teori, dan hipotesis yang berkaitan dengan penelitian, (Sugiyono, 2012: 13). Penelitian deskriptif kuantitatif dapat diartikan sebagai pengambilan sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, data yang dihasilkan dari kuesioner berupa angka yang akan dignakan untuk menguji hipotesis yang ada dalam penelitian ini. Selanjutnya setelah memperoleh kuesioner hasilnya akan dipaparkan secara deskriptif dan dianalisis untuk menguji hipotesis yang diajukan.

1. **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Pengambilan lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Kota Surakarta. mengingat dalam persaingan pangsa pasar dalam penjualan sepeda yang dalam kurun waktu beberapa tahun terkhir ini sangat menjadikan perhatian bagi para produsen sepeda maupu bagi kalangan masyarkat yang mana faktor gaya hidup sehat di masa pandemik Covid-19 ini menjadi referensi bagi masyarakat untuk semangat dalam berolahraga agar dapat menjaga imunitas tubuh supaya tidak mudah terserang penyakit. Pada pengamatan dan observasi yang dilakukan produk unggulan dan citra daripada produk sepeda itu sendiri juga dapat menjadikan acuan bagaimana masyarakat dalam memilih merek sepeda, ditambah lagi dengan adanya inovasi produk dari produsen menjadiakan konsumen lebih mudah dalam menentukan pilihan untuk melakukan pembelian produk sepeda sesuai dengan keinginanya. Pelaksanann penelitian ini dilakukan pada bulan Desember selama kurang lebih dua minggu.

1. **Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling***
2. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2010: 117). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna sepeda merek polygon di Surakarta.

1. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang terdapat dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2014: 116). Dalam penentuan sampel peneliti menggunakan rumus dari Ferdinand (2014: 173), yaitu jumlah indikator dikali 5.

Jumlah sampel = 20 X 5

Jumlah Sampel = 100

Jadi untuk penelitian ini peneliti akan menggunakan 100 responden dari populasi.

1. Teknik Pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel manggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan jenis pengambilan sampel *Accidental Sampling*. *Non-Probability sampling* menurut Supardi (1993) teknik sampel jenis ini sesuai apabila dipilih menggunakan populasi yang sifatnya tidak terhingga atau besaran populasinya belum atau tidak dapat ditentukan terlebih dahulu. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Accidental Sampling*, teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel jenis dalam penentuan sampelnya secara tidak sengaja (*accidental*).

1. **Sumber Data**
2. Data Primer

Sumber data primer menurut Sugiyono (2012: 139). Merupakan sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Arikunto (2013: 172) mengatakan bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama yang pengupulan datanya melalui wawancara, jejak dan lain-lain.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data dari pihak pertama kepada pengumpul yang pengumpulan datanya dapat melalui wawancara.

1. Data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca dan mempelajari melalui bersumber media dari literatur, buku-buku serta dokumen Sugiyono (2012: 141). Menurut Ulber Silalahi (2012: 289). Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari tangan kedua atau dari sumber lain yang tersedia sebelum penelitian dilakukan.

1. **Teknik Pengumpulan Data**
2. Observasi

Observasi adalah cara pengambilan data dengan menggunakan pengematan tanpa adanya bantuan alat standar lain untuk pengembilan data tersebut Sugiyono (2014: 145). Observasi ini dilakukan di Kota Surakarta agar memudahkan penulis dalam meneliti kondisi dan suasana yang ada.

1. Wawancara ringan

Wawancara yang dikemukakan oleh (Sugiyono, 2014: 146). Adalah sebuah dialog dilakukan pewawancara untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian dari narasumber. Wawancara ini dulakukan kepada pengguna sepeda merek polygon di Kota Surakarta.

1. Kuisioner

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Kuesioner itu sendiri adalah metode pengumpulan data dengan cara pengumpulan datanya melalui seperangkat pernyataan yang tertulis kepada responden.

1. Studi Pustaka

Studi kepustakaan adalah segala usaha yang dilakukan peneliti dalam menghimpun informasi yang relevan dengan judul penelitian. Informasi tersebut didapat melalui buku-buku ilmiah, jurnal dan sumber tertulis baik yang tercetak maupun elektronik Sugiyono ( 2014: 147).

1. **Definisi Operasional Variabel**

**Tabel III. 1**

**Kisi-kisi Variabel**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Variabel | Indikator | Kisi-kisi Kuisioner | Skor |
| 1. | Keputusan Pembelian | 1. Pemilihan Produk Sebagai Pertimbangan
2. Pemilihan merek untuk menetukan keputusan dalam pembelian
3. Menentukan penyalur dalam pengambilan keputusan pembelian
4. Waktu dalam pembelian
5. Menentukan jumlah dalam pembelian
 | 1. Memilih produk merupakan suatu pertimbangan dalam menentukan pembelian sepeda merek polygon
2. Merek merupakan faktor penentu dalam keputusan pemeblian sepeda merek polygon
3. Faktor lokasi yang dekat, harga yang murah dan persediaan barang yang lengkap merupakan penyalur yang tepat dalam menentukan keputusan pembelian sepeda merek polygon
4. Hari minggu atau hari libur adalah waktu yang tepat dalam menentukan keputusan pembelian sepeda
5. Produk yang lengkap dan inovasi yang beragam dapat menentukan jumlah pembelian produk sepeda merek polygon
 | Skala likert1-5 |
| 2. | Gaya Hidup Sehat | 1. Aktivitas berolahraga
2. Minat dan opini dalam peningkatan iunitas tubuh
3. Peningkatan pola hidup sehat
4. Ketertarikan terhadap aktivitas bersepeda
5. Meningkatkan kegiatan berolahraga secara teratur
 | 1. Alasan utama dalam menentukan pemebelian sepeda adalah minat untuk melakukan aktivitas berolahraga
2. Saat ini bersepeda merupakan aktivitas olahraga yang paling mudah dalam peningkatan imunitas tubuh, maka dari itu menentukan keputusan pembelian sepeda merupakan alasan utama bagi setiap kalangan
3. Selain menjaga pola makan teratur aktivitas bersepeda merupakan cara mudah untuk berolahraga dalam menjaga pola hidup sehat, maka dari itu keputusan dalam pemebelian sepeda adalah alasan utama
4. Pada masa pandemi covid-19 sekarang ini aktivitas bersepeda manjadi daya tarik tersendiri dalam melakukan aktivitas berolahraga oleh karena itu keputusan dalam membeli sepeda merupakan alasan yang tepat bagi pecinta olahraga khusunya pecinta olahraga bersepeda
5. Bersepeda rutin akan meningkatkan aktivitas berolahraga kita secara teratur maka dari itu daya tarik dalam keputusan membeli sepeda merupakan faktor dan alasan utama
 | Skala likert 1-5 |
| 3. | Kualitas Produk | 1. Kinerja produk
2. Fitur produk
3. Kesesuaian dengan spesifikasi produk
4. Ketahanan produk
5. Estetika produk
 | 1. kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan merupakan faktor utama dalam menentukan keputsan pembelian produk sepeda merek polygon
2. Fungsi dasar suatu produk adalah faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian produk sepeda merek polygon
3. Kesesuaian dengan spesifikasi pada suatu produk merupakan alasan utama dalam menentukan pembelian produk sepeda merek polygon
4. Ketahanan produk yang mampu digunakan secara terus menerus merupakan faktor pendorong dalam keputusan pembelian produk sepeda merek polygon
5. Estetika suatu produk yang meliputi keindahan desain produk, keunikan model produk, dan kombinasi produk adalah faktor pendorong utama dalam keputusan pemeblian sepeda merek polygon
 | Skala likert1-5 |
| 4. | *Brand Image* | 1. Identitas Merek
2. Personalitas/ciri khas Merek
3. Asosiasi Merek
4. Sikap dan Perilaku Merek
5. Manfaat dan Keunggulan Merek
 | 1. Mengenali identitas merek suatu produk dalah langkah awal dalam menentukan keputusan pembelian produk sepeda merek polygon
2. Ciri khas dari suatu merek adalah tujuan bagaimana menetukan keputusan pembelian produk sepeda merek polygon
3. Penawaran yang menarik dan konsistensi dalam promosi suatu produk menjadikan dorongan daya tarik konsumen untuk menentukan keputusan pembelian produk sepeda merek polygon
4. Komunikasi dan interaksi yang menarik dan menyajikan penawaran berisikan edukasi tentang nilai yang dimiliki suatu produk dapat membangkitkan sugesti bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk sepeda merek polygon
5. Memberikan pengetahuan tentang manfaat dan keunggulan suatu produk dapat meningkatan keyakinan dalam menentukan keputusan pembelian produk sepeda merek polygon
 | Skala likert 1-5 |

1. **Uji Instrumen**
2. Uji Validasi

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dinyatakan valid jika pertanyaan mampu menghasilkan suatu ungkapkan atau menghasilkan sesuatu Ghozali (2013: 49). Uji validitas dapat diketahui dengan menghitung rhitung dan rtabel (n-2). Jika rhitung ≥ rtabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Sebaliknya item kuesioner dikatakan tidak valid apabila rhitung < rtabel pada nilai signifikasi 5% (Ghozali, 2013: 49)

Rumus korelasi *product moment*:



Keterangan:

*rxy* = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

Ʃxy = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

 Ʃx2 = Jumlah dari kuadrat nilai X

Ʃy2 = Jumlah dari kuadrat nilai Y

(Ʃx)2 = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

(Ʃy)2 = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Tabel III. 2

Hasil Uji Validitas

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pertanyaan**  | ***Corrected item -Total Correlation*** | **rtabel** | **Keterangan** |
| **Keputusan Pembelian (Y)** |
| 1 | Pertanyaan 1 | 0,579 | 0,4438 | Valid |
| 2 | Pertanyaan 2 | 0,735 | 0,4438 | Valid |
| 3 | Pertanyaan 4 | 0,510 | 0,4438 | Valid |
| 4 | Pertanyaan 5 | 0,803 | 0,4438 | Valid |
| **No** | **Pertanyaan**  | ***Corrected item -Total Correlation*** | **rtabel** | **Keterangan** |
| **Gaya Hidup Sehat (X1)** |
| 1 | Pertanyaan 1 | 0,699 | 0,4438 | Valid |
| 2 | Pertanyaan 2 | 0,921 | 0,4438 | Valid |
| 3 | Pertanyaan 3 | 0,849 | 0,4438 | Valid |
| 4 | Pertanyaan 4 | 0,732 | 0,4438 | Valid |
| 5 | Pertanyaan 5 | 0,796 | 0,4438 | Valid |
| **No** | **Pertanyaan**  | ***Corrected item -Total Correlation*** | **rtabel** | **Keterangan** |
| **Kualitas Produk (X2)** |
| 1 | Pertanyaan 1 | 0,630 | 0,4438 | Valid |
| 2 | Pertanyaan 2 | 0,749 | 0,4438 | Valid |
| 3 | Pertanyaan 3 | 0,904 | 0,4438 | Valid |
| 4 | Pertanyaan 4 | 0,742 | 0,4438 | Valid |
| 5 | Pertanyaan 5 | 0,863 | 0,4438 | Valid |
| **No** | **Pertanyaan**  | ***Corrected item -Total Correlation*** | **rtabel** | **Keterangan** |
| ***Brand Image* (X3)** |
| 1 | Pertanyaan 1 | 0,784 | 0,4438 | Valid |
| 2 | Pertanyaan 2 | 0,696 | 0,4438 | Valid |
| 3 | Pertanyaan 3 | 0,890 | 0,4438 | Valid |
| 4 | Pertanyaan 4 | 0,876 | 0,4438 | Valid |
| 5 | Pertanyaan 5 | 0,672 | 0,4438 | Valid |

Sumber : Lampiran III

Berdasarkan tabel di atas, dari 19 item pertanyaan pada kuesioner keputusan pembelian, gaya hidup sehat, kualitas produk dan *brand image* yang diajukan kepada 20 responden di mana dengan sampel tersebut batas minimum nilai indeks validitasnya 0,4438, sehingga semua item dinyatakan valid karena rhitung > rtabel maka 19 item pernyataan yang valid dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian.

1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden dari pertanyaan ini dapat dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena itu masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur akan semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Perhitungan Alpha menggunakan alat bantu program komputer yaitu SPSS for Windows 7 dengan menggunakan model *Alpha*. Sedangkan menurut (Hinton, 2004) menyarankan empat poin untuk reliabilitas diantaranya adalah yang mencakup reliabilitas yang sangat baik *(excellent)* adalah >0,90, reliabilitas tinggi (*high*) 0,70 - 0,90, reliabilitas moderat *(moderate)* 0,50 - 0,70 dan reliabilitas rendah *(low reliability)* <0,50.

Tabel III. 3

Hasil Uji Reliabilitas

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Variabel**  | ***Cronbach’s Alpha***  | ***N of Items***  | **Keterangan** |
| 1 | Gaya Hidup Sehat | 0,853 | 5 | Reliabel |
| 2 | Kualitas Produk | 0,838 | 5 | Reliabel |
| 3 | Brand Image | 0,837 | 5 | Reliabel |
| 4 | Keputusan Pembelian | 0,500 | 4 | Reliabel |

 Sumber : Lampiran III

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai koefisien reliabilitas yang lebih tinggi daripada *cronbanch’s alpha* yang di syaratkan yaitu sebesar 0,4438 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah dapat diterima, berarti kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner reliabel, atau hasil instrumen ini dapat dipercaya.

1. **Uji Asumsi Klasik**
2. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan tujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2013: 147). Untuk mengetahui data yang digunakan dalam model berdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari α = 0,05, maka data normal (Ghozali, 2013: 152).Deteksi normalitas bisa diketahui dengan cara melihat sebaran data yang terdapat pada sumbu diagonal pada suatu grafik. Dasar dalam pengambilan keputusan uji normalitas (Ghozali, 2013: 112), adalah: Uji normalitas merupakan tujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2013: 147). Untuk mengetahui data yang digunakan dalam model berdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari α = 0,05, maka data normal (Ghozali, 2013: 152). Deteksi normalitas bisa diketahui dengan cara melihat sebaran data yang terdapat pada sumbu diagonal pada suatu grafik. Dasar dalam pengambilan keputusan uji normalitas (Ghozali 2013: 112), adalah:

1. Apabila data tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila data tersebut menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.
3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan sebagai penguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas (independen). Dilakukan dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika variabel- variabel independen saling berkorelasi (di atas 0,9) dan nilai R² yang dihasilkan oleh estimasi model regresi empiris sangat tinggi, dan nilai tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) >10 maka mengindikasikan adanya multikolinearitas (Ghozali, 2013).

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mendeteksinya adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya ZRESID. Apabila titik-titiknya menyebar diatas dan dibawah angka nol dan tidak membentuk pola tertentu maka model regresi bebas dari masalah heteroskedastisitas. Dapat juga menggunakan uji glejser dimana jika variabel independen signifikan mempengaruhi variabel dependen maka terjadi heteroskedastisitas dan jika signifikan di atas tingkat kepercayaan 5% maka tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

1. **Uji Hipotesis**
2. Uji regresi linier berganda

Analisis regresi pada dasarnya menerangkan sebuah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), yang bertujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen menurut (Ghozali, 2013: 86). Persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu gaya hidup sehat, kualitas produk dan brand image terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Adapun rumus yang akan digunakan dalam metode analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

Rumus regresi linier berganda:

Y= a + b1 XGS + b2 XKP + b3 XBI + e…

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

 a = Bilangan konstanta

 b = Koefisien Regresi

XGS = Gaya Hidup Sehat

XKP = Kualitas Produk

XBI = Brand Image

e = Error /variabel penganggu

1. Uji F

Uji F merupakan uji yang digunakan dalam mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara variabel gaya hidup sehat, kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan memilih studi (Siregar, 2013: 303). Apabila hasil dari uji F memiliki angka sig < 0,05 menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Langkah-langkah dalam pengujiannya sebagai berikut:

a. Menentukan formulasi Ho dan Ha

Jika Ho : β1 =β2 = β3 = βk = 0

Jika Ha : β1 ≠ β2 ≠ β3 ≠ βk > 0

b. Menentukan *level of signifikan* (α)

*c. Rule of the test*

*Daerah yang diterima*

*Daerah ditolak*

F (α, k, n-k)

Gambar III. 1 Kurva Uji F

Ho diterima : F ≤ F (α, k, n-k)

Ho ditolak : F ≥ F (α, k, n-k)

d. Menghitung nilai F

 F = R2/ k-1

1-R2/ (n-k)

Keterangan:

K = Jumlah parameter yang diestimasi termasuk *intercept*

n = Jumlah pengamat

R2 = Koefisien determinasi

Keputusan

1. Ho diterima apabila Fhitung < Ftabel

2. Ho ditolak apabila Fhitung > Ftabel

1. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelasan secara secara terpisah, kontribusi yang ditimbulkan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat Siregar (2013: 304). Apabila hasil uji t dengan nilai signifikan < 0,05, memiliki arti bahwa variabel secara individual atau parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1. Menentukan formulasi Ho dan Ha

Jika Ho : β1 = 0, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Jika Ha : β1 ≠ 0, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

b. Menentukan *level of signifikan* (α)

c. *Rule of the test*

 -t (/2), n-k t (/2), n-k

*Daerah diterima*

*Daerah ditolak Daerah ditolak*





Gambar III. 2 Kurva Uji t

Ho diterima : -t (α/2, n-k) < t < t (α/2, n-k)

Ho ditolak : t < -t (α/2, n-k) atau t > t (α/2, n-k)

d. Menghitung nilai t

 thitung = b – β

 Sb

Keterangan:

b = Koeisien regresi

β = Slop garis regresi

Sb = Standar error

e. Keputusan penguji

1. Ho diterima berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Ho ditolak berarti terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Koefisien determinasi (R2)

Koefisien determinasi menurut (Ghozali, 2013: 97). pengukur kemampuan model dalam memaparkan variasi variabel dependen (Nilai koefisien determinasi yaitu dari nol sampai satu. Apabila nilai R2 sedikit, maka kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel terikat terbatas. Namun jika nilai R2 mendekati satu, variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variansi variabel terikat atau memiliki pengaruh yang kuat.