

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek yang diteliti oleh peneliti adalah mobil merek Toyota Avanza di Kelapa gading, dimana yang dijadikan subjek penelitian adalah konsumen yang memiliki mobil merek Toyota Avanza di Kelapa Gading Jakarta Utara.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schidler (2014:148) desain penelitian dapat dilihat melalui perspektif sebagai berikut:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penilaian

Berdasarkan tingkat perumusan masalahnya, studi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis pernyataan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuannya adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan peneliti yang dikemukakan

2. Metode Pengumpulan data

Berdasarkan metode pengumpulan data , metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi komunikasi dimana peneliti memberikan pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respon berdasarkan makna personal maupun umum.

3. Kontrol Peneliti Terhadap Variabel

Berdasarkan kelemahan peneliti melakukan kontrol untuk manipulasi variabel penelitian, maka desain yang digunakan peneliti adalah *ex post facto*



4. Tujuan Studi

- C** Berdasarkan Tujuan Studi peneliti menggunakan tujuan kausal, pada studi kausal peneliti berusaha menjelaskan hubungan antar variabel penelitian, yaitu bagaimana citra merek, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian mobil merek Toyota Avanza di Kelapa Gading Jakarta Utara.

5. Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu dimana peneliti melakukan pengumpulan data satu kali dan disajikan dalam potret kejadian satu waktu maka penelitian ini menggunakan *cross-sectional*.

6. Cakupan Topik

Berdasarkan Cakupan Topik Penelitian ini menggunakan studi statistic yang digunakan untuk cakupan yang lebih luas tapi bukan mendalam. Studi ini berusaha menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis penelitian diuji secara kuantitatif

7. Lingkungan Penelitian

Berdasarkan Lingkungan Penelitian, peneliti tergolong dalam kondisi lapangan dimana subjek dan objek penelitian berada pada kondisi lingkungan yang nyata dan aktual.

C Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang terdiri dari tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen berupa citra merek, promosi, dan harga, sedangkan variabel dependen berupa keputusan pembelian. Indikator dan item pertanyaan setiap variabel dijabarkan sebagai berikut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Citra Merek

Merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengetahuan terhadap merek itu. Pengukuran Citra Merek ditujukan pada **tabel 3.1** dibawah ini.

Tabel 3.1

Pengukur Citra merek

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Citra merek Kotler dan Keller (2016:56)	<i>Strenghtness</i> (Kekuatan)	1. Desain mobil Toyota Avanza <i>sporty</i> . 2. Mobil Toyota Avanza memiliki jaringan bengkel yang mudah dijangkau.	Interval
	<i>Uniqueness</i> (Keunikan)	1. Mobil Toyota Avanza dikenal dengan “Mobil Sejuta Umat”. 2. Mobil Toyota Avanza memiliki harga yang ekonomis.	
	<i>Favorable</i> (Kebaikan)	1. Mobil Toyota Avanza irit bahan bakar. 2. Mobil Toyota Avanza mempunyai fitur keamanan tinggi.	

2. Promosi

Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*) atau mengingatkan orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu atau rumah tangga. Pengukur promosi ditunjukkan pada **tabel 3.2** dibawah ini.

Tabel 3.2



Pengukur Promosi

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Promosi Kotler dan Armstrong (2014)	Advertising (Promosi)	1. Penempatan spanduk di tempat strategis yang mudah dilihat konsumen. 2. Pemasangan iklan audio visual yang menarik.	Interval
	Sales Promotion (Promosi penjualan)	1. Penawaran promosi yang diberikan mobil Toyota Avanza sangat menarik. 2. Promosi mobil Toyota Avanza mempunyai syarat yang mudah.	
	Direct Marketing (Pemasaran langsung)	1. Informasi yang diberikan oleh para Sales Toyota Avanza sangat jelas.	

3. Harga

Harga adalah uang yang dibebankan untuk barang dan jasa, atau sejumlah nilai yang ditukar oleh pelanggan untuk manfaat menggunakan dan memiliki suatu barang dan jasa. Pengukur harga ditunjukkan pada **tabel 3.3** dibawah ini

Tabel 3.3

Pengukur harga

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Harga Amalia dan Asmara (2017)	Keterjangkauan harga	1. Harga yang ditawarkan masih dapat dijangkau. 2. DP(Down Payment) untuk Toyota Avanza tidak terlalu tinggi.	
	Kesesuaian harga dengan kualitas	1. Harga sesuai dengan kualitas yang diterima	



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Kesesuaian harga dengan manfaat	2. Harga sesuai dengan manfaat yang diterima.	Interval
	Daya saing harga	1. Harga yang ditawarkan mampu bersaing dengan kompetitor.	

4. Keputusan Pembelian

Preferensi di antara pilihan merek yang ada dan juga membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Konsumen akan menampilkan perilakunya setelah melakukan persepsi terhadap keputusan apa yang akan diambil dalam membeli suatu produk. Pengukur Keputusan Pembelian dapat dilihat **di tabel 3.4** dibawah ini.

Tabel 3.4
Pengukur Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian Kotler dan Armstrong (2016:188)	Pilihan penyalur	1. Saya memilih Toyota Avanza karena proses inden yang cepat. 2. Saya memilih Toyota Avanza karena jaringan dealer yang luas.	Interval
	Pilihan merek	1. Saya lebih memilih Toyota Avanza dibanding merek lain. 2. Saya lebih memilih Toyota Avanza karena kualitasnya	
	Metode pembayaran	1. Saya lebih memilih Toyota Avanza karena memiliki berbagai jenis pembayaran	

D Teknik Sampling

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. Menurut Cooper dan Schinder



(2014:358) *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dimana setiap anggota populasi tidak mengetahui kesempatan yang dimiliki untuk keterlibatannya dalam penelitian. Selain itu, pendekatan yang digunakan adalah *Judgement sampling* teknik pengambilan sampel yang muncul ketika seorang peneliti memilih anggota sampel agar sesuai dengan kriteria. Pada penelitian ini, responden yang dipilih adalah pelanggan yang pernah membeli dan menggunakan mobil merek Toyota Avanza generasi 2015 ke atas.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik komunikasi yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner terhadap 100 orang responden, dimana responden ini adalah pelanggan yang memiliki mobil merek Toyota Avanza di Kelapa Gading Jakarta Utara. Pada penelitian ini, untuk menentukan penilaian skor 1 – 5 atas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing – masing pernyataan diperoleh menggunakan skala likert dengan kriteria sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju

Sangat Setuju

1

2

3

4

5

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jika validitas bertujuan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

kuesioner sudah dibuat dengan benar dan dapat mengukur apa yang peneliti ingin ukur. Dalam pengambilan uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil perhitungan *Pearson Product Moment* dengan *r* table sebesar 0.361.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,7

3. Analisis Deskriptif

A. Rata – rata Hitungan (mean)

Rata- rata hitung adalah penjumlahan nilai – nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan.

B. Rentang Skala

Data primer yang diperoleh dari kuesioner selanjutnya dikelompokkan ke dalam rentang skala untuk menentukan posisi nilai skor suatu variabel, dimensi, atau indikator. Dengan Persamaan sebagai berikut :

Rentang Skala

$$RS: \frac{b-k}{b}$$

$$RS: \frac{5-1}{5}=0,8$$

Sangat Tidak Setuju

Sangat Setuju

(1 – 1,8)

(1,8 – 2,6)

(2,6 – 3,4)

(3,4 – 4,2)

(4,2 – 5,0)

4. Analisa Regresi Linier

4.1 Persamaan Regresi

Menurut ghozali (2018:96) analisis regresi selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Berikut adalah rumus dari regresi linier berganda dalam penelitian:

$$\hat{y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Adapun estimasi persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

Y atau $\hat{Y}$ = variabel terikat (keputusan pembelian)

β_0 atau b_0 = Konstanta

β_1 atau b_1 = koefisien regresi

β_2 atau b_2 = koefisien regresi

β_3 atau b_3 = koefisien regresi

X_1 = variabel independen (*country of origin*)

X_2 = variabel independen (*brand image*)

X_3 = variabel independen (kualitas produk)

ϵ = eror

Estimasi yang dilakukan diharapkan memenuhi kriteria *BLUE* (*Best Linier Unbiased Estimate*) untuk memastikan apakah parameter telah memenuhi kriteria *BLUE* maka akan dilakukan uji asumsi klasik

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

4.2 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji statistik dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non – parametrik Kolmogorov – Smirnov (K – S). Uji K – S dengan $\alpha = 0,05$ dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a) Jika $\text{Sig.} \geq 0,5$ maka data berdistribusi normal.
- b) Jika $\text{Sig.} \leq 0,5$ maka data berdistribusi tidak normal.

Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Model yang paling baik adalah distribusi data normal/mendekati normal. Jika terdapat normalitas maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Model paling baik adalah distribusi data normal/mendekati normal.

2) Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) uji heterokedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual suatu pengamatan e pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah :

Jika koefisien *parameter sig* $< 0,05$ maka terjadi heterokedastisitas

Jika koefisien *parameter sig* $> 0,05$ maka terjadi homoskedastisitas

Penelitian dilakukan dengan SPSS 22



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3) Uji Otokorelasi

Menurut Ghazali (2018:111) uji Otokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan keselangan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Uji Autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.5

Keputusan Uji Otokorelasi

Hipotesis Nol	Ketentuan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$dl < d < du$
Tidak ada autoorelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	Tidak ada keputusan	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif ataupun negatif	Tidak tolak	$du < d < 4 - du$

4) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2018:107) uji multi kolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas



yang nilai korelasi antar sesama variabel sama dengan nol. Dasar pengambil keputusannya adalah sebagai berikut :

Jika $VIF < 10$ dan $TOL > 0,1$ maka bebas multikolinieritas

Jika $VIF > 10$ dan $TOL < 0,1$ maka terdapat multikolinieritas

Penelitian dilakukan dengan SPSS 22

4.3 Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:96), uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dalam analisisnya, hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

$$H_a: \text{paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $\text{sig} \leq 0.05$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y
2. Jika nilai $\text{sig} > 0.05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka tidak tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y

Penelitian ini menggunakan SPSS 22.

4.4 Uji Koefisien Regresi (Uji T)

Uji T berfungsi untuk menguji secara parsial masing –masing variabel. Hasil Uji T dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*). Jika probabilitas nilai T atau signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel dependen dan independen secara parsial. Sedangkan, apabila probabilitas nilai T signifikansi $> 0,05$ maka dikatakan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel dependen dan variabel independen.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat
2. Jika signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Penelitian ini menggunakan SPSS 22.