

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan untuk meneliti pengaruh pengalaman pengguna, keamanan produk, dan keterikatan emosional terhadap keputusan pembelian komponen modifikasi sepeda motor di kota Banjarmasin.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif, pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang data-datanya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik. Menurut Sugiyono (2013:35) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di Kota Banjarmasin yang pernah membeli komponen modifikasi sepeda motor. Pemilihan lokasi ini dipilih secara sengaja dengan berdasarkan pertimbangan sesuai tujuan peneliti. Alasan memilih Kota Banjarmasin sebagai lokasi penelitian karena yang peneliti lihat di Kota

Banjarmasin masih banyak orang yang melakukan modifikasi sepeda motor yang menciptakan potensi besar bagi penjualan komponen modifikasi sehingga menjadikan banyaknya perilaku konsumtif.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek

Subjek dari penelitian ini adalah responden atau sumber data yang memberikan data untuk peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi aspek penelitian adalah pembeli komponen modifikasi sepeda motor di Kota Banjarmasin.

2. Objek

Objek penelitian adalah titik fokus perhatian dari penelitian. Objek penelitian yang peneliti maksud pada penelitian ini adalah keputusan pembelian komponen modifikasi sepeda motor.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono, Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek atau subjek yang mempunyai kuantitas & karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Siyoto & Sodik, 2015). Berdasarkan uraian tersebut, karena populasi yang dituju tidak diketahui seberapa besar orang yang membeli komponen modifikasi dan juga jumlahnya yang berubah-ubah. Maka populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Banjarmasin yang pernah memodifikasi motor pribadinya.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Menurut Arikunto, sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jika kita hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probably sampling* lebih tepatnya *purposive sampling* (Siyoto & Sodik, 2015). Suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus. Metode ini menggunakan kriteria yang ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel. Kriteria atau karakteristik responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Responden yang pernah membeli komponen modifikasi sepeda motor, diluar dari komponen keadaan standart motor pabrikan.

- b) Responden merupakan masyarakat yang bertempat tinggal atau domisili di Kota Banjarmasin.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997), hal ini dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart 90% = 1,64

p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Dari rumus diatas maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lameshow dengan maksimal estimasi 5-% dan tingkat kesalahan 10%.

$$n = \frac{1,64^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{2,69 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,6725}{0,1^2}$$

$$n = 67,25$$

$$n = 67 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 67,25 responden yang dibulatkan oleh peneliti menjadi 67 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju tidak diketahui seberapa besar orang yang membeli komponen modifikasi dan juga jumlahnya yang berubah-ubah.

E. Data dan Sumber Data

Untuk memudahkan peneliti mendapatkan data dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan instrument berupa kuesioner atau angket yang disebarakan kepada masyarakat di Kota Banjarmasin melalui platform media sosial. Adapun sumber data lainnya yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder :

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli tanpa melalui media perantara. Dalam penelitian ini data primer yang dikumpulkan diperoleh dari hasil angket yang ditujukan kepada masyarakat di Kota Banjarmasin yang membeli komponen modifikasi sepeda motor sebagai responden dari angket tersebut.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara seperti studi literatur, jurnal, buku, dan dokumen yang berkaitan dengan judul penelitian.

F. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang disebarakan kepada 67 orang masyarakat yang dijadikan sebagai responden. Kuesioner adalah dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk di jawab. Kuesioner dalam penelitian ini nantinya akan disebarakan kepada masyarakat yang pernah membeli komponen modifikasi sepeda motor. Teknik penyusunan kuesioner (angket) dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang (responden), yaitu dengan menggunakan tanda ceklis pada setiap jawaban responden.

G. Desain Pengukuran dan Instrumen Kuesioner

Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala *likert*, dimana skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Adapun untuk perhitungan kuantitatif jawaban responden diberi bobot nilai atau skor dari 5-1. Sedangkan bentuk jawaban atau tanggapan dari pengukurannya terdiri dari 5 yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berikut skala *Likert* yang dibuat dalam kuesioner:

1. Sangat Setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Netral (N) = 3
4. Tidak Setuju (TS) = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis data Interval angka-angka mulai dari skala terkecil sampai skala terbesar.

Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang digunakan oleh peneliti yaitu, Pengalaman Pengguna sebagai variabel independen (X1), Keamanan Produk sebagai variabel independen (X2), Keterikatan Emosional sebagai variabel independen (X3), dan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen (Y). adapun dalam operasional variabel peneliti akan menjelaskan indikator dari setiap variabel yang nantinya akan dikembangkan lagi menjadi satu atau beberapa pertanyaan yang akan dimuat dalam kuesioner.

Tabel 3.1
Instrument Penelitian

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Pengalaman Pengguna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pancaindra (<i>Sense Experience</i>) 2. Perasaan (<i>Feel Experience</i>) 3. Cara Berpikir (<i>Think Experience</i>) 4. Kebiasaan (<i>Action</i>) 	Likert

	5. Pengalaman Dalam Hubungan <i>(Relation Experience)</i>	
Keamanan Produk	1. Jaminan Keamanan	Likert
Keterikatan Emosional	1. Cinta (<i>Love</i>) 2. Gairah (<i>Passion</i>) 3. Emotional bonding	Likert
Keputusan Pembelian	1. Daya beli sebuah produk 2. Kebiasaan konsumen membeli produk 3. Rekomendasi orang lain tentang produk 4. Adanya pembelian ulang pada produk 5. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian	Likert

Sumber : Data Diolah Penulis, 2023

H. Teknik Analisis Data

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah menganalisis secara deskriptif kuantitatif data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket. Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan metode skala *Likert*.

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket kepada responden disajikan dalam bentuk persentase yang dimuat dalam tabel yang berisi jawaban-jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan, data dari penyebaran angket inilah yang diolah dan dianalisis, sehingga peneliti dapat mengetahui bagaimana pengaruh pengalaman pengguna, keamanan produk, dan keterikatan emosional terhadap keputusan pembelian komponen modifikasi sepeda motor.

Sedangkan analisis kuantitatif yaitu untuk uji pengaruh dengan menggunakan analisis regresi dengan menggunakan tools SPSS (*Statistical Packet for Social Science*) 25 for Windows, karena analisis regresi cocok digunakan untuk variabel-variabel yang memiliki hubungan linier dan dapat digunakan sebagai dasar analisis untuk membuktikan hipotesis. Untuk mengetahui proseduranalisis data dalam penelitian ini yang akan dilakukan dengan menggunakan asumsi bahwa penggunaan model regresi linier berganda memenuhi asumsi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

1. Uji Validitas

Validitas merupakan produk dari validasi. Validasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh penyusun atau pengguna instrumen untuk mengumpulkan data secara empiris guna mendukung kesimpulan yang dihasilkan oleh skor instrumen. Sedangkan validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sasaran ukurnya. Dalam mengukur validitas perhatian ditujukan pada isi dan kegunaan instrumen. Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah

disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur. Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Pada dasarnya, uji validitas mengukur sah atau tidaknya sebuah pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Konsep dalam reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran yang digunakan bersifat tetap serta terbebas dari galat pengukuran suatu terpercaya (*measurement error*). Sedangkan uji reliabilitas instrumen untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini bertujuan untuk menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan. Pengujian ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolinieritas dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal. Uji asumsi klasik sbb:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) test yang terdapat di program SPSS. Distribusi data dapat dikatakan normal

apabila nilai signifikansi $> 0,05$. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak juga dapat dilakukan dengan metode yang lebih handal yaitu dengan melihat *Normal Probability Plot*. Model regresi yang baik ialah data berdistribusi normal, yaitu dengan mendeteksi dan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diaogonal grafik

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan bebas dari gejala multikolinearitas. Mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas yaitu dengan melihat besaran dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan juga nilai *Tolerance*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu adalah nilai $VIF < 10,00$ dan nilai $Tolerance > 0,10$.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dapat dengan melihat grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED yaitu ada atau tidaknya pola tertentu. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda merupakan metode statistik yang biasa digunakan untuk menghubungkan antara satu variabel Y dengan lebih dari satu variabel X. Dalam regresi linear berganda menjelaskan adanya asumsi hubungan linear antara variabel dependen dengan variabel independen yang digambarkan dengan kombinasi linear untuk menggambarkan kontribusi pengaruhnya. Berikut dibawah ini rumus persamaan umumnya:

$$Y_i = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon_i$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Pengalaman Pengguna

X_2 = Keamanan Produk

X_3 = Keterikatan Emosional

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

ε_i = Kesalahan Pengganggu

5. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan Keputusan Pembelian. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan Pengalaman Pengguna, Keamanan Produk, dan Keterikatan Emosional dalam menjelaskan variabel amat terbatas karena R^2 memiliki kelemahan, yaitu terdapat bias terhadap Pengalaman Pengguna, Keamanan Produk, dan Keterikatan Emosional yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambah satu variabel maka R^2 akan meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, maka dalam penelitian ini menggunakan adjusted R^2 . Jika nilai adjusted R^2 semakin mendekati satu (1) maka semakin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan Keputusan Pembelian.

6. Uji Parsial(t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh Pengalaman Pengguna, Keamanan Produk, dan Keterikatan Emosional terhadap Keputusan Pembelian Komponen Modifikasi Sepeda Motor di Kota Banjarmasin secara individual (parsial). Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$ dengan t tabel. Pada tingkat signifikan 5% dengan kriteria penguji yang digunakan sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $p\text{-value} > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya Pengalaman Pengguna, Keamanan Produk, dan Keterikatan

Emosional tidak mempengaruhi Keputusan Pembelian Komponen Modifikasi Sepeda Motor di Kota Banjarmasin secara signifikan.

- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $p\text{-value} < 0.05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak yang artinya Pengalaman Pengguna, Keamanan Produk, dan Keterikatan Emosional mempengaruhi Keputusan Pembelian Komponen Modifikasi Sepeda Motor di Kota Banjarmasin secara signifikan.

7. Uji Simultan(f)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah kedua variabel tak bebas secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel tak bebas

Hasil uji ini dapat dilihat pada output ANOVA dari hasil analisis Linier Berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Pengujian dengan uji F atau F test yaitu membandingkan antara F hitung dengan F tabel. pengujian ini dilakukan dengan syarat

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 diterima. Artinya semua variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Artinya semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan signifikansi F pada tingkat α yang digunakan Penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 5%.

Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikan t dengan nilai signifikansi 0,05, di mana syarat-syaratnya adalah sebagai berikut

1. Jika signifikansi $F < 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikansi $F > 0,05$, maka H_0 diterima. Artinya semua variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel.