

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian menurut Moleong, (2014: 71 ) desain ialah pedoman atau prosedur serta teknik dalam perencanaan penelitian yang bertujuan untuk membangun strategi yang bertujuan untuk membangun strategi yang mengeluarkan hasil blueprint atau model penelitian. Dalam penelitian ini memakai Desain Penelitian Diskriptif. Desain penelitian diskriptif ialah desain penelitian yang dibuat dalam rangka untuk memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang bersumber dari subjek atau objek penelitian, yang berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang di dapatkan saat penelitian dilakukan.

Desain penelitian yang penulis lakukan merupakan sesuatu bersifat survey dan menggunakan media kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Hal itu sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2012:6) bahwa metode *survey* yang akan digunakan untuk mendapatkan data dari sebuah tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data contohnya dengan membagikan kuesioner. Jenis penelitian ini adalah menggunakan kuantitatif yang bertujuan menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap dependen, dalam hal ini melihat pengaruh Perceived Value, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen.

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **3.2.1 Lokasi Penelitian**

Untuk penelitian ini akan dilaksanakan pada saat Kopdar (kumpul rutin satu minggu sekali setiap hari jumat) di *Garage 51 Coffe* jalan raya menganti babatan no.51 Kecamatan Wiyung Kota Surabaya.

##### **3.2.2 Waktu Penelitian**

Waktu dilaksanakannya penelitian direncanakan mulai pada bulan April 2021 yang terdiri dari tahap persiapan penelitian, Mei pengumpulan data, Juni analisa data, dan penyusunan laporan.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Data ini dapat diperoleh melalui cara mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam sampel atau populasi. Data yang pada gilirannya merupakan variabel yang kita ukur, data dapat kita bentuk klasifikasikan menjadi dua yaitu :

##### **3.3.1.1 Data Kualitatif**

Menurut Sugiyono, (2014:224) data kualitatif ialah data yang tidak menggunakan angka (numerik). Untuk penelitian datanya juga lebih bersifat seni (kurang terpola) dan data yang akan dihasilkan dari penelitian ini juga lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan pada saat di lapangan.

##### **3.3.2 Sumber Data**

Dalam penelitian ini data yang dipakai adalah data yang bersifat kuantitatif karena ditafsirkan dengan angka-angka yang merujuk pada nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Sumber sebuah data saat dikatakan Suharsimi Arikunto (2010:172), subjek dimana data bisa diperoleh.

Sumber data penelitian dibedakan menjadi 2, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder (Sugiyono, 2015). Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder.

###### **3.3.2.1 Data Primer**

Data Primer Pengertian data primer menurut Sugiyono (2015) ialah sumber data yang akan langsung menunjukkan data kepada pengumpul data. Data primer didapatkan dari wawancara atau menyebar kuesioner ke pengguna Honda PCX dari Komunitas PCX Surabaya.

###### **3.3.2.2 Data Sekunder**

Data Sekunder Pengertian data sekunder menurut Sugiyono (2015) ialah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, contohnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder digunakan

biasanya untuk mendukung informasi yang telah didapatkan dari sumber data primer yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, laporan-laporan kegiatan.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu kemudian ambil kesimpulannya. Jadi populasi bukan saja orang dan benda-benda alam yang lain.

Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari namun meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah 123 anggota dari Komunitas PCX Surabaya(HPCI), bukti yang membuktikan bahwa anggota dari komunitas ada 123 adalah kartu anggota setiap orang berjumlah 123 orang.

#### **3.4.2 Sampel Penelitian**

Menurut Jakni (2016: 77) sampel ialah sebuah contoh yang diambil dari sebagian dari populasi penelitian yang bisa mewakili dari populasi. Walaupun yang diteliti yaitu sampel, namun hasil penelitian ataupun kesimpulan penelitian nanti berlaku untuk populasi atau kesimpulan penelitian digeneralisasikan terhadap populasi. Yang dimaksud menggeneralisasikan ialah mengangkat dari kesimpulan penelitian dari sampel sebagai sesuatu yang berlaku untuk populasi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan Nonprobability yaitu sampel jenuh atau sering yang disebut dengan *total sampling*. Sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2018:85). Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah seluruh anggota Honda PCX Club Indonesia (HPCI) chapter Surabaya yang berjumlah 123 anggota populasi yang akan dijadikan sampel.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah langkah yang sangat vital di sebuah penelitian, karna tujuan utama dari penelitian merupakan mendapatkan data yang akurat, sehingga tanpa mengetahui teknik dari pengumpulan data peneliti maka tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan (Sugiyono, 2016 : 224).

Teknik pengumpulan data yang akan pakai dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode kuesioner. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 3.5.1 Kuesioner

Kuesioner yaitu instrumen untuk pengumpulan data, di mana partisipan atau responden mengisi lembar pertanyaan atau pernyataan yang diberikan dari peneliti (Sugiyono, 2016 hlm 193).

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan terbuka, di dalam kategori dengan skala likert pada table sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Skala *Likert***

No	Keterangan	Skor Positif	Skor Negatif
1	Sangat setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Netral	3	3
4	Tidak Setuju	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	5

**Sumber : Sugiyono, 2017:135**

### 3.5.2 Studi Pustaka

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangatlah penting dalam melakukan suatu penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur ilmiah. (Sugiyono, 2016:291). Data diperoleh dari data yang relevan terhadap permasalahan yang akan diteliti dengan melakukan studi pustaka lainnya seperti buku, jurnal, artikel, dan penelitian terdahulu.

## 3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

### 3.6.1 Definisi Variabel

Menurut Sugiyono (2016:38) mendefinisikan pengertian variabel penelitian sebagai berikut: Variabel penelitian ialah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan dari peneliti agar dapat dipelajari lalu dapat diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian dapat ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan tiga variable bebas yaitu perceived value, kualitas produk, dan citra merek. Lalu untuk variable terikat nya adalah kepuasan konsumen. Berdasarkan judul penelitian “Pengaruh Perceived Value, Kualitas Produk, dan Citra Merek Honda PCX Terhadap Kepuasan Konsumen pada Komunitas PCX Surabaya.” Maka akan diuraikan perihal pengertian masing-masing dari variable yang tergabung dari judul. Penjabaran variable-variabel tersebut sebagai berikut:

#### 3.6.1.1 Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variable ini sering disebut dengan variable *stimulus, predictor, antecedent*. Pengertian variabel independen (bebas) menurut Sugiyono (2016:39) Variabel bebas yaitu variabel yang dapat mempengaruhi atau juga menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variable bebas yang akan digunakan adalah *perceived value*(X1), kualitas produk(X2), dan citra merek(X3).

**a) *Perceived Value* (X1)**

Menurut Kotler & Keller (2012) nilai yang dipersepsikan pelanggan (*Customer Perceived Value*) ialah selisih antara penilaian pelanggan prospektif atas semua manfaat dan biaya dari sebuah penawaran kepada alternatifnya.

**b) *Kualitas Produk* (X2)**

Menurut Kotler dan Amstrong (2015: 230) produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk merupakan elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar.

**c) *Citra Merek* (X3)**

Citra merek menurut Kotler dan Keller (2016) ialah persepsi dari konsumen perihal suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang berada di pola pikir konsumen.

**3.6.1.2 Variabel Terikat (*Dependen Variable*) (Y)**

Variabel ini biasanya disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Pengertian variabel dependen (terikat) dari Sugiyono (2016:39) “Variabel yang dipengaruhi atau akan menjadi akibat, karena berkesinambungan dengan variabel bebas.” Dalam penelitian ini variabel terikat yang akan digunakan adalah kepuasan konsumen (Y).

**a) *Kepuasan Konsumen* (Y)**

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2014 : 177) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan.

### **3.6.2 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional yaitu penjabaran yang secara khusus dan terinci dari sebuah variabel yang akan di analisis sehingga variabel tersebut dapat benar – benar dapat diukur.

#### **3.6.2.1 *Perceived Value***

adapun pengukuran *perceived value* sebagai berikut:

berikut merupakan yang menjadi dimensi dari *perceived value* yang dikemukakan oleh Sweeney dalam Ariffin (2013) serta Priansa (2017) ada 4 dimensi *perceived value* yaitu:

- 1) *Emotional value*
- 2) *Social value*
- 3) *Quality/Performance*
- 4) *Price/value for money*

#### **3.6.2.2 Kualitas Produk**

berikut merupakan yang menjadi dimensi dari kualitas produk yang dikemukakan oleh Kotler (2016:203) menyatakan faktor kualitas produk diantaranya:

- 1) Kinerja
- 2) Keragaman produk
- 3) Daya tahan
- 4) Keandalan
- 5) Bentuk
- 6) Ciri-ciri produk
- 7) Kesesuaian
- 8) Kemudahan perbaikan
- 9) Desain

#### **3.6.2.3 Citra Merek (X3)**

berikut merupakan yang menjadi dimensi dari kualitas produk yang dikemukakan oleh Keller (2013:77) menyatakan dimensi citra merek sebagai berikut:

- 1) *Brand Identity*
- 2) *Brand Personality*

- 3) *Brand Association*
- 4) *Brand Attitude and Behavior*
- 5) *Brand Benefit and Competence*

### 3.6.2.4 Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut teori Kotler dalam jurnal Suwardi (2011), menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen.

Indikator Kepuasan konsumen dapat dilihat dari :

- 1) *Re-purchase*
- 2) Menciptakan *Word-of-Mouth*
- 3) Menciptakan Citra Merek
- 4) Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama

### 3.7 Proses Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012:333) proses pengolahan data ialah sebuah proses mencari, dan menyusun dengan sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, pencatatan lapangan, kategori, menjabarkan saat unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalaman pola, memilih yang mana penting dan untuk dipelajari, dan kesimpulan lalu bisa dipahami diri sendiri ataupun orang lain.

Tahap-tahap yang akan dilakukan dalam melakukan proses pengolahan data menurut Sugiyono (2012:333) adalah:

- 1) *Editing* : meneliti kembali catatan-catatan ataupun jawaban kuesioner dari responden agar mengetahui apakah sudah cukup baik dan komplit lalu dapat diproses lebih lanjut, untuk hal ini memeriksa kelengkapan kuesioner, kejelasan makna jawaban, dan keseragaman suatu pengukuran, dan memeriksa validitas dan reabilitas data yang masuk.
- 2) *Coding* : usaha agar mengklasifikasi jawaban responden kedalam bentuk kategori-kategori tertentu menggunakan cara memberikan kode kedalam bentuk angka.



- 3) *Scoring* : proses dimana penentuan skor atas jawaban responden yang sudah dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori yang sesuai tergantung pada anggapan juga opini responden.
- 4) *Tabulasi* : proses penyusunan data setelah dilakukan kategorikan untuk masing-masing kategori kedalam sebuah bentuk table-tabel sistematis sehingga dapat mempermudah menganalisisnya.

### 3.8 Metode Analisis Data

Pada saat melakukan analisis data metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif bertujuan untuk pengumpulan data yang sudah tersedia di kuisioner lalu mengelola serta menyajikan dalam bentuk grafik, table, statistik, dan di buat analisis agar dapat ditarik kesimpulan sebagai dasar pengambilan keputusan (Ghozali,2010).

Agar dapat membantu peneliti dalam melakukan penelitian pengaruh *perceived value*, kualitas produk, dan citra merek terhadap variabel bebas (*independen*) dan kepuasan konsumen untuk variabel terikat (*dependen*). Dalam Penelitian ini menggunakan program aplikasi *SPSS*. Teknik statistic yang akan digunakan adalah analisis Regresilinear berganda.

#### 1. Analisis Regresi Linear berganda

Model regresi adalah model yang dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel *independen* terhadap satu variabel *dependen*. Hasil dari analisis pengaruh *Perceived value* ( $X_1$ ), Kualitas produk ( $X_2$ ), Citramerek ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan konsumen ( $Y$ ) seagai berikut:

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

Keterangan :

- Y = Kepuasan konsumen
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi variabel antara X dan Y
- X1 = Variabel bebas pertama (*perceived value*)
- X2 = Variabel bebas kedua (kualitas produk)
- X3 = Variabel bebas ketiga (citra merek)
- e = error

### **3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data**

#### **3.9.1 Uji Instrumen**

Adapun pengujian instrument dengan uji validitas dan uji reabilitas menggunakan prosedur sebagai berikut :

##### **3.9.1.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2014:45).

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut :

- a. Apabila  $r$  hitung  $\geq$   $r$  tabel (pada taraf signifikan 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (pada taraf signifikan 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid

##### **3.9.1.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. (Ghozali, 2013:47). Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan dengan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Ghozali (2013:38) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,70.

#### **3.9.2 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik terhadap model regresi linier yang digunakan dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut baik atau tidaknya. (Imam Ghozali, 2011). Uji asumsi klasik terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heterokedastisitas.

### 3.9.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika nilai residual tidak mengikuti distribusi normal, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji normalitas non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) merupakan salah satu cara untuk menguji normalitas residual. Uji (K-S) dilakukan dengan membuat hipotesis :

$H_0$  Jika nilai signifikan  $> 0,05$  data residual berdistribusi normal

$H_A$  Jika nilai signifikan  $< 0,05$  data residual berdistribusi tidak normal.

### 3.9.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan jika pada model persamaan regresi mengandung gejala multikolinearitas, berarti terjadi kolerasi (mendekati sempurna) antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen. Suatu model regresi yang bebas multiko adalah sebagai berikut : mempunyai nilai tolerance kurang dari 0,10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih dari 10. (Ghozali, 2016;104).

### 3.9.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2012). Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antaranilai prediksi variabel terikat (*dependen*) yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara *SRESID* dan *ZPRED* dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah distudentized.

### 3.9.3 Teknik Pengujian Hipotesis

#### 3.9.3.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. (Imam Ghozali, 2012:98).

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai probabilitas signifikansi  $> 0,05$  , maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel *independent* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.
- b. Jika nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  , maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel *independent* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

#### 3.9.3.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f )

Uji simultan F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersamaan antara variabel-variabel *independent*. Adapun cara melakukan uji F sebagai berikut: (Ghozali, 2018; 98)

- a) Merumuskan hipotesis untuk masing-masing kelompok

H<sub>0</sub> = berarti secara simultan atau bersama-sama tidak ada pengaruh yang signifikan antara *Perceived Value* (X<sub>1</sub>), Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) , Citra Merek (X<sub>3</sub>) dan Kepuasan Konsumen (Y)

H<sub>1</sub>= berarti simultan atau bersama-sama ada pengaruh yang signifikan antara X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> dengan Y

- b) Merumuskan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu  $\alpha=9\%$  selanjutnya hasil hipotesis Fhitung dibandingkan dengan Ftabel dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika Fhitung > Ftabel, maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Jika Fhitung < Ftabel, maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.

### 3.9.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi terletak pada 0 dan 1. Klasifikasi koefisien korelasi yaitu, 0 (tidak ada korelasi), 0-0,49(korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1.00 (korelasi sempurna). Nilai R square yang kecil berarti kemampuan variabel- variabel *independen* dalam menjelaskan variabel-variabel *dependen* amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen* (Ghozali, 2018:97).

