

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang dapat kita gunakan untuk membuat beberapa kesimpulan (Cooper, 1998). Jadi pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen pengguna motor merek Harley Davidson di Indonesia.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Cooper, 1998). Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah konsumen pengguna motor merek Harley Davidson yang mengikuti *event* di Yogyakarta.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Jogiyanto, 2004). Setiap individu tidak memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden, hanya individu yang memenuhi syarat peneliti yang dapat menjadi responden. Adapun syarat yang digunakan oleh peneliti yaitu responden adalah anggota dari klub Harley Davidson (HDCI) yang mengikuti event di Starbuck Yogyakarta pada tanggal 10 November 2007. Jumlah sampel yang akan diambil dari populasi sebanyak 70 responden.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Metode kuesioner yaitu metode pengumpulan data dengan memberikan responden daftar pertanyaan secara tertulis untuk memperoleh data yang diperlukan.

3.3 Metode Pengukuran Data

Metode pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner berstruktur (*structured questionnaire*) yaitu kuesioner yang berisi pertanyaan dengan jawaban yang sudah disediakan. Peneliti tidak membuat kuesioner sendiri melainkan mengadopsi kuesioner dari Tjiptono dkk (2004) dengan melakukan adaptasi dan disesuaikan dengan penelitian ini. Tiap item jawaban pertanyaan akan dinilai dengan menggunakan Skala Likert berskala lima, dengan bobot nilai sebagai berikut:

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

3.4 Metode Pengujian Instrumen

3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur pengujian untuk melihat apakah pernyataan yang dipakai dalam kuesioner dapat mengukur dengan tepat atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)} \sqrt{(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = korelasi *product moment*

N = jumlah responden

x = skor butir

y = skor faktor

Dengan taraf signifikan 5%, apabila $r_{xy} > r$ tabel, maka kuesioner sebagai alat pengukur dikatakan valid, demikian sebaliknya.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas memiliki arti sejauh mana pengukuran dapat dipercaya memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran ulang pada subjek yang sama (Azwar, 1997)

Uji reliabilitas ini menggunakan rumus *alpha Cronbach*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{tt} = \frac{M}{(M-1)} \left(1 - \frac{V_x}{V_t} \right)$$

Keterangan:

r_{tt} = reliabilitas instrumen

M = jumlah butir pertanyaan

V_x = variansi butir

V_t = variansi total (faktor)

Dengan taraf signifikan 5%, apabila $r_{tt} >$ koefisien *split-half*, maka kuesioner sebagai alat pengukur dikatakan handal, demikian sebaliknya. Koefisien yang digunakan sebesar 0.60 (Tjiptono, 2004).

3.5 Metode Analisa Data

3.5.1 Regresi Linear Sederhana.

Analisis ini digunakan untuk menguji apakah kesesuaian citra diri memiliki pengaruh terhadap kesukaan merek maupun terhadap kepuasan konsumen. Regresi linier sederhana dihitung dengan menggunakan kesesuaian citra diri sebagai variabel independen serta kesukaan akan merek dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen dengan pengujian secara *parsial*. Rumus analisis regresi linear yang digunakan adalah:

$$Y_1 = a + bX$$

$$Y_2 = a + bX$$

Dimana:

Y_1 = kesukaan akan merek

Y_2 = kepuasan konsumen terhadap merek

X = kesesuaian citra diri

a = konstanta

b = koefisien regresi

Pengolahan pengujian regresi linear sederhana dilakukan dengan bantuan program komputer, yaitu *SPSS 15.0 for Windows Evaluation Version*.

3.5.2 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah koefisien model regresi yang diperoleh dari hasil analisis mempunyai nilai yang signifikan. Koefisien regresi yang signifikan akan digunakan untuk menyusun persamaan regresi. Nilai statistik t diperoleh dengan rumus sebagai berikut (Atmaja, 1997):

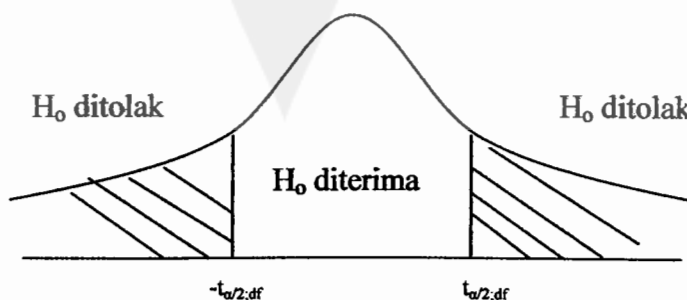
$$t = \frac{b_i}{Sb_i}$$

Pengujian parameter regresi dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 0$, koefisien regresi tidak signifikan

$H_a : \beta_i \neq 0$, koefisien regresi signifikan

Dalam analisis ini uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan hipotesis pertama dan kedua, dengan tingkat kepercayaan sebesar 5% ($\alpha = 0.05$). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:



Jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

Jika $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima.

Pengolahan uji t ini dilakukan dengan bantuan program komputer, yaitu *SPSS 15.0 for Windows Evaluation Version*.

3.5.3 MANOVA

MANOVA (*Multivariate Analysis Of Variance*) mengkaji hubungan antara dua atau lebih variabel dependen dan variabel pengelompok atau faktor (Cooper, 1997). MANOVA memiliki kemampuan dalam menangani beberapa variabel dependen. Dalam analisa ini MANOVA digunakan untuk menguji ada tidaknya perbedaan tingkat kesukaan merek dan kepuasan konsumen berdasarkan usia.

Pada saat MANOVA diterapkan secara sempurna, maka variabel-variabel dependennya berkorelasi. Jika variabel-variabel dependen tidak berkorelasi, maka tidak perlu melakukan uji variabel berganda, dan dapat dilakukan uji F bagi variabel kegagalan. Pengujian dilakukan dengan bantuan program *SPSS 15.0 for Windows Evaluation Version*.