

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (**Sugiyono, 2011:38**). Objek penelitian yang disusun adalah Motif Rasional (X1) dan Motif Emosional (X2) sebagai variabel bebas atau independen, dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel terikat atau dependen.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Menurut **Sugiyono (2015:2)** mengatakan bahwa “secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. **Sugiyono (2015:35)** mengatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih variabel (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan variabel satu sama lain.

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah. Data yang dibutuhkan adalah data-data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada sesuai dengan penelitian, sehingga data dapat dikumpulkan, dianalisis, dan ditarik kesimpulan dengan teori-teori yang telah dipelajari untuk ditarik kesimpulan.

Adapun tujuan dari penelitian deskriptif menurut **Husein Umar (2004:47)** yaitu untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.

Selain itu, penelitian ini juga bersifat verifikatif, menurut **Mahshuri (2008)** dalam **Umi Narimawati (2010:29)** metode verifikatif yaitu memeriksa benar yang telah dilaksanakan ditempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan. Metode verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan alat uji statistik yaitu regresi linear. Dimana dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Motif Rasional dan Motif Emosional terhadap Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilakukan di PT Wijaya Lestari Dago yang terletak di Jalan Ir. H. Juanda No. 131, Dago, Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Dalam penelitian ini, yang menjadi unit sampel adalah para konsumen yang menggunakan Mobil Toyota Sienta.

### **3.2.1 Desain Penelitian**

Sebelum melakukan penelitian sangatlah perlu kita melakukan suatu perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan sistematis. Desain penelitian menurut **Umi Narimawati (2008:21)** adalah suatu rencana struktur, dan strategi untuk menjawab permasalahan, yang mengoptimasi validitas.

Dari uraian diatas tersebut maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan

prosedur-prosedur yang digunakan oleh penulis dalam pemilihan, pengumpulan dan analisis data. Menurut **Sugiyono (2009:26)** menjelaskan proses penelitian disampaikan seperti teori sebagai berikut :

1. Fenomena Masalah

Banyak pelanggan yang memutuskan untuk tidak membeli Toyota Sienta, karena tidak dapat memenuhi kebutuhan baik kebutuhan rasional maupun emosional konsumen dalam memiliki jenis mobil MPV.

2. Rumusan Masalah

Penelitian ini merumuskan masalahnya sebagai berikut:

- a. Bagaimana tanggapan pengguna mengenai Motif Rasional terhadap Toyota Sienta di Wijaya Lestari Dago.
- b. Bagaimana tanggapan pengguna mengenai Motif Emosional terhadap Toyota Sienta di Wijaya Lestari Dago.
- c. Bagaimana tanggapan pengguna mengenai Keputusan Pembelian Toyota Sienta di Wijaya Lestari Dago.
- d. Seberapa besar pengaruh Motif Rasional terhadap Keputusan Pembelian Toyota Sienta di Wijaya Lestari Dago.
- e. Seberapa besar pengaruh Motif Emosional terhadap Keputusan Pembelian Toyota Sienta di Wijaya Lestari Dago.
- f. Seberapa besar pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional terhadap Keputusan Pembelian Toyota Sienta di Wijaya Lestari Dago.

### 3. Konsep dan Teori yang Relevan dan Penemuan yang Relevan

Untuk menjawab hipotesis penelitian ini yang terdapat dalam rumusan masalah maka diperlukan sumber data teoritis yang relevan atau dalam penelitian sebelumnya dengan tema yang sama untuk digunakan dalam menjawab pertanyaan sementara.

### 4. Pengajuan Hipotesis

Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (*factual*) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat dalam penelitian ini adalah :

**H1 : Motif Rasional dan Motif Emosional berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.**

**H2 : Motif Rasional berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.**

**H3 : Motif Emosional berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.**

### 5. Metodologi Penelitian

Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan teknik analisis data menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

## 6. Menyusun Instrument Penelitian

Setelah menentukan metode penelitian, maka peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpul data adalah survei, observasi, wawancara dan kuesioner.

## 7. Kesimpulan

Langkah terakhir dari suatu penelitian adalah kesimpulan yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat digambarkan desain dari penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Desain Penelitian**

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	Metode yang digunakan	Unit Analisis	Time Horizon
T – 1	<i>Descriptive</i>	<i>Descriptive dan Verifikatif</i>	PT Wijaya Lestari Dago	<i>Cross Sectional</i>
T – 2	<i>Descriptive</i>	<i>Descriptive dan Verifikatif</i>	PT Wijaya Lestari Dago	<i>Cross Sectional</i>
T – 3	<i>Descriptive</i>	<i>Descriptive dan Verifikatif</i>	PT Wijaya Lestari Dago	<i>Cross Sectional</i>
T – 4	<i>Descriptive</i>	<i>Descriptive dan Explanatory</i>	PT Wijaya Lestari Dago	<i>Cross Sectional</i>

Sumber: Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:31)

### 3.2.2 Operasional Variabel

Pengertian variabel menurut **Sugiyono (2014: 38)** adalah “segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian.

Dari pengertian diatas, maka operasionalisasi variabel merupakan definisi yang dinyatakan dengan cara menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar. Maka dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu:

1. Variabel Bebas (*Variable Independent*)

**Sugiyono (2014:39)** mengemukakan bahwa “variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (variabel terikat)”. Adapun yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah motif rasional dan motif emosional.

2. Variabel Terikat (*Variable Dependent*)

**Sugiyono (2014:39)** mengemukakan bahwa “variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena

adanya variabel bebas”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian.

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini secara lebih jelas dapat dilihat pada **Tabel 3.2** berikut ini:

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel**

VARIABEL	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA
<b>Motif Rasional (X1)</b>	Motif Rasional menggambarkan minat seseorang dan langsung menuju kepada kepentingan konsumen. Pada umumnya pembeli atau konsumen industri lebih peka terhadap motif rasional yang dihasilkan dari suatu produk. Motif rasional dapat berupa argumentasi faktual, potongan kehidupan, demonstrasi dan manfaat produk, atau perbandingan.  <b>Kotler (2002:632)</b> dalam penelitian <b>Trustorini Handayani dan Ansori (2009:64)</b>	1. Harga <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kesesuaian Harga dengan kualitas</li> <li>- Keterjangkauan Harga</li> <li>- Kesesuaian Harga dengan Daya Saing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat Kesesuaian Harga Dengan Kualitas</li> <li>- Tingkat Keterjangkauan Harga</li> <li>- Tingkat Kesesuaian Daya Saing Harga</li> </ul>	Ordinal
		2. Kualitas <ul style="list-style-type: none"> <li>- Performa</li> <li>- Fitur</li> <li>- Daya Tahan</li> <li>- Karakteristik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat Performa Mesin</li> <li>- Tingkat Kelengkapan Fitur</li> <li>- Tingkat Kekuatan Daya tahan</li> <li>- Tingkat Daya tarik</li> </ul>	Ordinal
		3. Merek <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identitas Merek</li> <li>- Personalitas Merek</li> <li>- Asosiasi Merek</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat Pemahaman Merek</li> <li>- Tingkat Kemampuan Merek</li> <li>- Tingkat Kepopuleran Merek</li> </ul>	Ordinal
<b>Motif Emosional (X2)</b>	Motif emosional adalah sebagai daya tarik yang berhubungan dengan kebutuhan sosial dan psikologis sehingga konsumen termotif untuk membeli produk.  <b>Morissan (2010:345)</b>	1. Status Sosial <ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesi</li> <li>- Pendapatan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat Kecocokan dengan Profesi</li> <li>- Tingkat Kecocokan dengan Pendapatan</li> </ul>	Ordinal
		2. Kenyamanan <ul style="list-style-type: none"> <li>- Peredaman</li> <li>- Kenyamanan Berkemudi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat daya redam suara</li> <li>- Tingkat Kelengkapan fasilitas mengemudi</li> </ul>	Ordinal

VARIABEL	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA
		3. Kepuasan - Kualitas yang sesuai dengan harapan	- Tingkat kesesuaian dengan harapan	Ordinal
		4. Kepercayaan Diri - Penerimaan Sosial	- Tingkat pengangkatan status sosial	Ordinal
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	<p><i>“Purchasing decision is a decision of a person in which he chose one of the few alternative options”</i>. Artinya, “Keputusan Pembelian adalah keputusan dimana ia memilih salah satu dari beberapa pilihan alternatif yang ada saat akan memutuskan untuk membeli suatu produk”.</p> <p><b>Schiffman dan Kanuk (2000:437)</b> dalam penelitian <b>Raeni Dwi Santy dan Muhammad Ihsan Izharuddin (2016:5)</b></p>	1. Pengenalan Produk - Pengenalan akan produk	- Tingkat Pengenalan produk	Ordinal
		2. Pencarian Informasi - Keingintahuan terhadap produk	- Tingkat Kesesuaian informasi	
		3. Pemilihan Produk - Memutuskan pemilihan produk	- Tingkat Kecocokan	
		4. Keyakinan - Keyakinan terhadap produk	- Tingkat Keyakinan	
		5. Merealisasikan Pembelian - Kebutuhan terhadap produk	- Tingkat Kesesuaian Kebutuhan	

Sumber: Diolah Peneliti, 2018

### 3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

#### 3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut **Sugiyono (2009:137)** sebagai berikut:

1. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Penelitian menggunakan data primer apabila peneliti mengumpulkan sendiri data-data yang dibutuhkan yang bersumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti. Dalam penelitian ini pengumpulan data



primer dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada para konsumen Toyota. Data primer ini berupa data:

- a. Persepsi responden mengenai Motif Rasional (Merek, Harga, Kualitas)
  - b. Persepsi responden mengenai Motif Emosional (Status Sosial, Kenyamanan, Kepuasan, Kepercayaan diri)
  - c. Persepsi responden mengenai Keputusan Pembelian (Pengenalan Kebutuhan Produk, Pencarian Informasi, Pemilihan Produk, Keyakinan, Merealisasikan Pembelian)
2. Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder digunakan apabila peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain. Dalam penelitian ini data sekunder dapat diperoleh melalui buku, makalah, jurnal, situs web, dan berita.

### **3.2.3.2 Teknik Penentuan Data**

#### **1. Populasi**

Populasi menurut **Sugiyono (2014:80)** adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna mobil Toyota Sienta PT Wijaya Woyota Dago Sebanyak 106 Responden yang dilihat dari 6 bulan terakhir.

**Tabel 3.3**  
**Daftar Jumlah Konsumen Mobil Toyota Sienta pada Enam Bulan**  
**Terakhir**  
**Juli – Desember 2017**

BULAN	JUMLAH KONSUMEN
Juli	15
Agustus	20
September	17
Oktober	13
November	19
Desember	22
<b>TOTAL</b>	<b>106</b>

Sumber: Wijaya Lestari Dago, Bandung

## 2. Sampel

Menurut **Sugiyono (2014:120)** sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila jumlah populasi besar dan tidak mungkin dilakukan penelitian terhadap seluruh anggota populasi maka dapat menggunakan sampel yang dimiliki dari populasi tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *sampling jenuh* yaitu teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (**Sugiyono, 2012 : 96**). Istilah yang lain yang digunakan adalah sampel sensus dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Dalam penelitian ini sampel yang diteliti sebanyak 106 pembeli Toyota Sienta di PT Wijaya Lestari Dago.

### 3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut **Sugiyono (2015:137)** teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Studi Lapangan (*Field Research*), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan data sekunder.

Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

- a. Pengamatan Langsung (Observasi)

Melakukan pengamatan secara langsung dilokasi untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan yang berhubungan dengan variabel penelitian. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

- b. Wawancara (*Interview*)

Teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Penulis dapat mengadakan hubungan langsung dengan pihak-pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan penelitian. Dalam teknik wawancara ini, penulis dapat mengadakan tanya jawab kepada sumber yang dapat memberikan data atau informasi

- c. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana

data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini. Disini Peneliti menggunakan skala Likert.

2. Studi Pustaka (*Literary Research*), dilakukan untuk memperoleh data sekunder penelitian, dengan melakukan penelaahan teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian yang berasal dari sumber-sumber penelitian kepustakaan. Sumber-sumber penelitian kepustakaan dapat diperoleh dari: buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian terdahulu yang telah dipublikasikan dan sumber-sumber lainnya yang sesuai topik penelitian. Data sekunder di dapatkan melalui teknik dokumentasi. Dokumentasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan, mulai dari literatur, dan buku-buku yang ada.

#### **3.2.4.1 Uji Validitas**

Validasi berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar, 2007:89). Suatu skala atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut dapat menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran. Rumus yang

digunakan untuk menguji validitas adalah rumus *kolerasi product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut :

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

Keterangan :

- $r_1$  = koefisien validitas item yang dicari
- $X$  = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- $Y$  = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X$  = jumlah skor dalam distribusi  $X$  yang berskala ordinal
- $\sum Y$  = jumlah skor dalam distribusi  $Y$  yang berskala ordinal
- $\sum X^2$  = jumlah kuadrat masing-masing skor  $X$
- $\sum Y^2$  = jumlah kuadrat masing-masing skor  $Y$
- $n$  = banyaknya responden

Dalam mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien kolerasi menurut **Suharsimi Arikunto (2009:164)** dapat dilihat pada **Tabel 3.4** sebagai berikut.

**Tabel 3.4**  
**Interpretasi nilai r**

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber : **Suharsimi Arikunto (2009:164)**

Uji keberartian koefisien  $r$  dilakukan dengan uji  $t$  (taraf signifikansi 5%). Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n - 2$$

Dimana :

n = ukuran sampel

r = koefisien korelasi person

Taraf signifikansi ditentukan 5%. Jika di peroleh hasil korelasi yang lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 0,05 berarti butir pertanyaan tersebut valid. Apabila koefisien korelasinya > 0,30 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika korelasinya < 0,30 menunjukkan bahwa data tersebut tidak valid dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis berikutnya atau instrumen tersebut dihilangkan dari pengukuran variabel. Pengujian validitas dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dengan menelaah nilai *Pearson correlation*. Setelah ditemukan bahwa pernyataan-pernyataan (butir) yang digunakan penelitian ini valid, maka selanjutnya pernyataan yang dinyatakan valid diuji reliabilitasnya.

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut serta memiliki nilai koefisien validitas yang lebih besar dari nilai kritis yang ditentukan yakni sebesar 0,30. Berikut disajikan hasil pengujian validitas dengan bantuan *Software SPSS v21* dengan metode *pearson product moment*, disajikan pada **Tabel 3.5** berikut di bawah ini:

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Butir Pernyataan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Keterangan
Motif Rasional (X <sub>1</sub> )	1	0.582	0.300	Valid
	2	0.881	0.300	Valid
	3	0.687	0.300	Valid
	4	0.771	0.300	Valid
	5	0.786	0.300	Valid
	6	0.589	0.300	Valid
	7	0.486	0.300	Valid
	8	0.796	0.300	Valid
	9	0.651	0.300	Valid
	10	0.450	0.300	Valid
Motif Emosional (X <sub>2</sub> )	1	0.838	0.300	Valid
	2	0.605	0.300	Valid
	3	0.745	0.300	Valid
	4	0.660	0.300	Valid
	5	0.546	0.300	Valid
	6	0.797	0.300	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0.826	0.300	Valid
	2	0.808	0.300	Valid
	3	0.584	0.300	Valid
	4	0.842	0.300	Valid
	5	0.892	0.300	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan software SPSS v21

Berdasarkan rekapitulasi hasil pengujian validitas instrument di atas, terlihat bahwa seluruh pernyataan yang diajukan dalam mengukur masing-masing variabel memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis 0,3 yang menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang diajukan sudah melakukan fungsi ukurnya, dengan kata lain sudah dinyatakan valid. Sehingga dari hasil uji validitas ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabelnya masing-masing sudah valid dan layak digunakan untuk penelitian selanjutnya.

### 3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut **Sugiyono (2009:3)**, reliabilitas adalah derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu. Sedangkan menurut **Cooper (2006)** yang dikutip oleh **Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:43)** mengemukakan :

*“Reliability is characteristic of measurement concerned with accuracy, precision, and consistency.”*

Berdasarkan definisi diatas, maka reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Setelah melaku Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman–Brown Correlation)* Teknik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap–ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

- a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.
- b. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.



- c. Korelasikan skor total kelompok I dan total skor kelompok II.
- d. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_1 = \frac{2r^2b}{1 + r^2b}$$

Keterangan :

$r_1$  = reliabilitas internal seluruh item

$r_b$  = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Keputusan pengujian reliabilitas instrument dengan menggunakan taraf signifikasn 5% satu sisi adalah :

1. Jika  $t$  hitung lebih dari atau sama dengan  $t_{0,05}$  dengan taraf signifikan 5% maka instrument dinyatakan reliable dan dapat digunakan.
2. Jika  $t$  hitung kurang dari  $t_{0,05}$  dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliable dan tidak dapat digunakan. Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS.

Sekumpulan butir pertanyaan dalam kuesioner dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,7.

**Tabel 3.6**  
**Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Relibilitas**

Kriteria	Realibility	Validity
Good	0.80	0.50
Acceptable	0.70	0.30
Marginal	0.60	0.20
Poor	0.50	0.10

Sumber : barker et al, 2002:70

Reliabilitas atau keandalan. Suatu alat ukur dapat dikatakan andal jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Pengujian reliabilitas ini dimaksudkan untuk menguji tingkat konsistensi dari alat ukur penelitian. Dalam penelitian ini, untuk menguji tingkat konsistensi dari alat ukur penelitian digunakan *split half*. Suatu konstruk dapat diterima jika memiliki nilai koefisien reliabilitas yang lebih besar atau sama dengan 0,7. Hasil perhitungan koefisien reliabilitas dapat dilihat pada **Tabel 3.7** berikut:

**Tabel 3.7**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Keterangan
Motif Rasional ( $X_1$ )	0.836	0.700	Reliabel
Motif Emosional ( $X_2$ )	0.806	0.700	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.883	0.700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan *software SPSS v21*

Pada **Tabel 3.7** di atas, terlihat bahwa dari ke-3 (tiga) variabel yang diteliti, diperoleh nilai split half sebesar 0,836 ; 0,806 dan 0,883. Ke 3 (tiga) nilai koefisien reliabilitas tersebut lebih besar dari 0,700, maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas yang telah diuraikan, dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan pada setiap variabelnya masing-masing sudah mampu mengukur apa yang ingin diukur dan sudah teruji kesahihan maupun kelayakannya sehingga seluruh pertanyaan tersebut layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

### 3.2.4.3 Uji MSI

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (**Husein Umar, 2008: 187**), agar dapat dianalisis secara statistik maka data tersebut harus dinaikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval*. Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi

#### 1. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut :

- a. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
- b. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawab dan hitung proporsi kumulatifnya.
- c. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data  $n > 30$  dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
- d. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
- e. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*.

$$\text{Mean of Interval} = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area at Below Density Upper Limit} - \text{Area at Below Lower limit}}$$

Sumber : Umi Narimawati (2010:47)

- f. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1.

### 3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

#### 3.2.5.1 Rancangan Analisis

##### 3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif/Kualitatif

Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$\% Skor = \frac{Skor Actual}{Skor Ideal} \times 100\%$$

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

Keterangan:

- Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah.
- Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan **Tabel 3.8** sebagai berikut :

**Tabel 3.8**  
**Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal**

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Tidak Baik
2	36.01 – 52.00	Kurang Baik
3	52.01 – 68.00	Cukup
4	68.01 – 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

### 3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (**Husein Umar, 2008: 187**), agar dapat dianalisis secara statistik maka data tersebut harus dinaikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval*. Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel dapat digunakan salah satunya adalah sebagai contoh analisis regresi linier berganda ( *Multiple Regression* ).

#### 1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

Y	=	variabel dependen
X1, X2	=	variabel independen
A	=	konstanta
$\beta_1, \beta_2$	=	koefisien masing-masing faktor

## 2. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas :

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (**Husein Umar, 2011:181**).

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu :

- a. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari populasi adalah normal.
- b. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Menurut **Frisch**, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolenieritas bila terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibat model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (**Mandala, 2001: 268-270**) dalam (**Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistiastuti, 2011:198**). Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat di taksir
2. Nilai standar erornya miring setiap koefisien regresi menjadi tak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar erornya miring semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolenieritas adalah dengan menggunakan *Variance Implation Factors* (VIF). Menurut **Gujarati (2003:362)**, jika nilai VIF kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat multikolinieritas.

#### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut **Gujarati (2005:406)**, situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil

taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Selain itu, dengan menggunakan program SPSS, heteroskedastisitas juga bisa dilihat dengan melihat grafik scatterplot antara nilai tambah prediksi variabel yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID, jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Koefisien Korelasi

#### a. Analisis Koefisien Korelasi Berganda (*Simultan*)

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel  $X_1$  (Motif Rasional) dan  $X_2$  (Motif Emosional) dengan variabel  $Y$  (Keputusan Pembelian) secara bersamaan. Untuk memahami bagaimana menerapkan korelasi berganda pada penelitian, berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

$$R_{x_1x_2Y} = \frac{\sqrt{b_1 \sum x_1 Y + b_2 \sum x_2 Y}}{\sum y^2}$$



Dimana:

$R_{X_1X_2Y}$  = Korelasi berganda antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  dengan  $Y$   
 $X_1$  = Motif Rasional  
 $X_2$  = Motif Emosional  
 $Y$  = Keputusan Pembelian  
 $b_1, b_2$  = Koefisien regresi masing-masing variable

**b. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana (*Parsial*)**

Menurut **Sujana (1989)** dalam **Umi Narimawati, Sri dewi Anggadini, dan Linna Ismawati, 2010: 49** pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel  $x$  dan  $y$ , dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi pearson dengan rumus :

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2\} - \{n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2\}}}$$

Dimana:  $-1 \leq r \leq +1$

$r$  = koefisien korelasi  
 $x$  = Motif Rasional, Motif Emosional  
 $y$  = Keputusan Pembelian  
 $n$  = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada **Tabel 3.9** dibawah ini :

**Tabel 3.9**  
**Tingkat Keeratan Korelasi**

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0.21 – 0.40	Kolerasi yang lemah
0.41 – 0.60	Kolerasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Kolerasi tinggi

Sumber : Syahri Alhusin (2003:157)

#### 4. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti, maka dihitung koefisien determinasi (Kd) dengan asumsi dasar faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan atau tetap. Nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $r^2$ ). Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Dalam hal ini, terdapat dua analisis koefisien yang dilakukan, yaitu analisis koefisien determinasi berganda dan analisis koefisien korelasi parsial.

##### a. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (*Simultan*)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel  $X_1$  (Motif Rasional) dan variabel  $X_2$  (Motif Emosional) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) secara simultan. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi berganda, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut :

$$Kd = r^2 \times 100 \%$$

Keterangan :

Kd : Nilai Koefisien Determinasi

r : Koefisien Korelasi Product Moment

##### b. Analisis Koefisien Determinasi Sederhana (*Parsial*)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel  $X_1$  (Motif Rasional) dan variabel  $X_2$  (Motif Emosional) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) secara parsial. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi parsial, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan :

$\beta$  = Beta (nilai standardized coefficients)

Zero order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana :

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

### 3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional untuk Mencapai suatu Keputusan Pembelian Para konsumen Toyota. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan kolerasi.

Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

#### 1. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$t_{hitung} (X_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

$t_{hitung}$  diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

$H_{01}. \beta = 0$ , Tidak terdapat Pengaruh Motif Rasional terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil Toyota Sienta di Wijaya Lestari Dago Bandung

$H_{11}. \beta \neq 0$ , Terdapat Pengaruh Motif Rasional terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil Toyota Sienta di Wijaya Lestari Dago Bandung

$H_{02}. \beta = 0$ , Tidak terdapat Pengaruh Motif Emosional terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil Toyota Sienta di Wijaya Lestari Dago Bandung

$H_{12}. \beta \neq 0$ , Terdapat Pengaruh Motif Emosional terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil Toyota Sienta di Wijaya Lestari Dago Bandung

c. Kriteria Pengujian

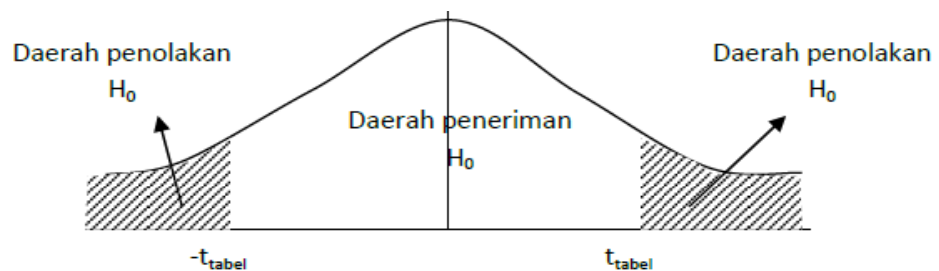
$H_0$  ditolak apabila  $t_{hitung} <$  dari  $t_{tabel}(\alpha = 0,05)$

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ( $\alpha = 0,01$ ) untuk diuji dua pihak, maka kriteria peneerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

1. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ada di daerah penolakan, berarti  $H_a$  diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.

2. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ada di daerah penerimaan, berarti  $H_a$  ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan  $H_0$  dan daerah penerimaan  $H_1$  pada Uji T :



Sumber : Sugiyono (2009:185)

**Gambar 3.1**  
**Daerah Penerimaan dan Penolakan  $H_0$**

## 2. Pengujian Secara Simultan / Total

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

- a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$f_{hitung} = \frac{JK_{regresi/k}}{JK_{residu/\{n-(k+1)\}}$$

Dimana :

JKresidu = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian

ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan nilai *F-test* yang terdapat pada Tabel *Analysis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{kritis}$ , maka  $H_0$  yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (Motif Rasional dan Motif Emosional) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Keputusan Pembelian) ditolak dan sebaliknya.

**Menurut Sugiyono (2009:183)**, menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson*.

b. Hipotesis

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$  Tidak terdapat pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil Toyota Sienta di Wijaya Lestari Dago Bandung

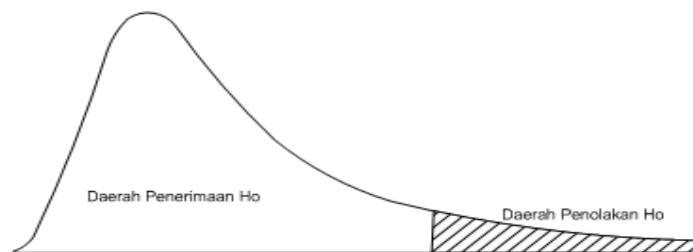
$H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$  Terdapat pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil Toyota Sienta di Wijaya Lestari Dago Bandung

c. Kriteria Pengujian

Jika terdapat nilai koefisien jalur variable independen tidak sama dengan nol, maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya apabila semua koefisien jalur sama dengan nol, maka  $H_0$  diterima.

$H_0$  ditolak apabila  $F_{hitung} >$  dari  $F_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$ ).

Berikut merupakan gambaran daerah penolakan  $H_0$  dan daerah penerimaan  $H_1$  pada Uji F :



**Gambar 3.2**  
**Daerah penerimaan dan penolakan  $H_0$  Pada Uji F (Simultan)**