

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono, (2003) terdapat beberapa jenis penelitian antara lain:

- a. Penelitian kuantitatif, adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.
- b. Penelitian kualitatif, data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar.

Penelitian kuantitatif adalah jenis yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan prosedur-prosedur *statistic* atau cara cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu didalam kehidupan manusia yang dinamakan sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakekat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang obyektif. Penelitian initerdiri dari variabel bebas (X) (*independent variable*) yaitu pengaruh kualitas produk dan persepsi harga, sedangkan variabel terikat (Y) (*dependent variable*) yaitu keputusan pembelian.

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Pakaian Idda Fashion di Pasuruan Jawa Timur

3.3.2 Profil Toko Pakaian Idda Fashion di Pasuruan Jawa Timur

Pada awal bulan tepatnya bulan Januari tahun 2010 Ibu Ida memulai mengambil pakaian dari produsen di wilayah Jakarta, Bandung, dan Surabaya kemudian awalnya pemilik mempromosikan produknya melalui door to door sesuai pesanan konsumen. Pada tahun 2011 sedang media sosial mengeluarkan aplikasi yang bernama "*facebook*". Pada saat itu bu Ida mencoba mempromosikan pakaiannya melalui jejaring sosial melalui "*facebook*" yang saat itu belum sepenuhnya viral dikalangan masyarakat, akan tetapi baik pakaian yang ditawarkan mendapat respon baik dari pengguna *facebook* maupun *whatsapp*

pada saat itu. Dari situ Ibu Ida ingin mengembangkan usahanya dengan meningkatkan jumlah produknya dan membuka toko dengan menetapkan harga yang bersaing namun tetap menjaga kualitas produk yang ditawarkan. Seiring dengan berjalanya waktu pada tanggal 18 maret 2014 mulai dibukanya toko pakaian Idda Fashion.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2011), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen melakukan pembelian produk busana muslim Idda Fashion.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2011), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan Menurut Malhotra (2009) sampel adalah sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dimana *purposive sampling* adalah teknik pengampilan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu yang harus di penuhi oleh responden. Teknik ini dipilih karena populasi dan sampel yang diambil memiliki karakteristik tertentu, antara lain :

- a. Konsumen yang pernah meembeli busana muslim di Idda Fashion.
- b. Pengguna Produk Busana Muslim Idda Fashion.
- c. Berusia > 18 Tahun.
- d. Berdomisili di wilayah Pasuruan Jawa Timur.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden, dasar dari jumlah pengambilan sampel adalah pendapat Roscoe dalam Widayat (2004) menyatakan bahwa: “Pada setiap penelitian, ukuran sampel harus berkisar antara 30 sampai 500”. Adapun jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebesar 100 responden, yang menjadi landasan atau dasar dari jumlah pengambilan sampel adalah Fraenkel dan Wallen dalam Widayat (2004)

bahwa: “Besarnya sampel minimum untuk penelitian yang bersifat deskriptif yaitu sebanyak 100 sampel.”

3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Skala Pengukuran

3.3.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk busana Muslim Idda Fashion di Pasuruan Jawa Timur . Variabel yang digunakan adalah variabel bebas atau *Independent Variable* (X) adalah kualitas produk dan harga. Kemudian variabel terikat atau *Dependent Variable* (Y) adalah keputusan pembelian.

3.3.2 Defini Operasional

Menurut Sugiyono (2011), variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel sebagai objek penelitian, yaitu:

a. *Independent Variable* (X)

Independent Variable atau suatu variabel yang mempengaruhi variabel terikatnya yaitu variabel dependen (terikat). Adapun variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu kualitas produk dan harga.

b. *Dependent Variable* (Y)

Dependent Variable atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan pembelian produk busana Muslim Idda Fashion di Pasuruan Jawa Timur

Variabel Independent dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

A. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas Produk (X_1) merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan. Adapun indikator kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. Busana Idda Fashion tahan lama(Ketahanan)

2. Model busana Idda Fashion menarik (Estetika).
3. Produk nyaman digunakan (Serviceability)

B. Indikator Persepsi Harga (X_2)

Presepsi Harga (X_2) adalah suatu anggapan konsumen dalam memberi penilaian tentang kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat suatu produk. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut:

1. Beranggapan bahwa harga busana Idda Fashion mampu bersaing dengan yang lainnya.
2. Beranggapan bahwa harga busana Idda Fashion terjangkau.
3. Beranggapan bahwa harga busana Idda Fashion sesuai dengan kualitas produk.

C. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian (Y) keputusan pembelian merupakan tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut:

1. Keputusan pembelian karena pilihan produk.
2. Keputusan pembelian karena merek produk.
3. Keputusan pembelian karena mempunyai pilihan salur pembelian.
4. Jumlah pembelian

3.3.3 Skala Pengukuran

Kuesioner yang telah diisi responden perlu dilakukan penghitungan dengan menggunakan skala ordinal. Berikut ini bobot penilaian pada skala ordinal.

- a. Jawaban sangat setuju diberi score 5.
- b. Jawaban setuju diberi score 4.
- c. Jawaban netral diberi score 3.
- d. Jawaban kurang setuju diberi score 2.
- e. Jawaban tidak setuju diberi score 1.

Pada penelitian ini, responden di haruskan memilih salah satu dari kelimat alternatif jawaban yang tersedia. Nilai yang diperoleh akan di

jumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai total inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Kuesioner

Pengumpulan data sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan (kuesioner) yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu (Sanusi 2011). Jawaban dalam penelitian ini diberi skor dengan skala tertentu. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menunjang panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Cara pengumpulan data kuesioner ini dilakukan secara *offline*.

3.4.2 Studi Pustaka

Studi kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penggunaan data sebagai teori dasar yang diperoleh serta dipelajari dalam manajemen pemasaran.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2006) Validitas adalah mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukuran dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan yang dimaksud diukurnya pengukuran tersebut. Untuk menghitung korelasi ini maka digunakan program SPSS. Tolak ukur yang digunakan apabila angka korelasi (r) hitung $>$ dari r tabel pada taraf signifikan 5% (0,05) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Apabila angka korelasi (r) hitung $<$ r tabel maka data dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana instrument tersebut dapat diberikan hasil yang relatif sama bisa dilakukan pengukuran

kembali terhadap subyek yang sama. Suatu instrumen yang mempunyai reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa instrumen tersebut mantab. Suatu alat ukur yang mantab tidak berubah-ubah pengukurannya, artinya meskipun alat itu digunakan berkali-kali akan memberikan hasil yang hampir serupa.

Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur dengan metode konsistensi internal dengan teknik Reliabilitas Alpha, (Arikunto2006), perhitungan uji reliabilitas menggunakan program SPSS. Adapun kriteria pengujiannya adalah apabila nilai reliabilitas instrumen diatas 0,6 atau 60%, berarti terdapat data yang reliabel pada tingkat kepercayaan 95%. Sebaliknya jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 atau 60% berarti tidak terdapat data yang reliabel pada tingkat kepercayaan 95%.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini mencangkup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, maka dilakukan uji asumsi klasik dengan menggunakan bantuan program SPSS 21 *for windows*.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengananggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini peneliti mendeteksi normalitas data dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* yang nantinya akan dipadukan dengan kurva *Normal Q-Q Plots*. Menurut Akbar (2005) *Kolmogorov-Smirnov* adalah uji statistik yang dilakukan untuk mengetahui distribusi suatu data untuk data yang minimal bertipe ordinal. Ketentuan pengujian ini adalah jika Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi adalah normal (Santoso, 2006).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2011). Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas

adalah dengan menggunakan nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*). Menurut Wijaya (2011) multikolinearitas dapat dilihat dari *VIF*, jika $VIF < 10$ maka tingkat kolinieritas dapat ditoleransi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Ghazali (2001), menyebutkan ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas: yaitu dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi homoskedastisitas.

3.5.3 Pengujian Hipotesis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi berganda. Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas (Sujianto, 2007). Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah kompensasi dan lingkungan kerja. Oleh karena itu, model persamaan regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_1, \dots, β_2 = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Persepsi Harga

e = Error

Dan untuk interpretasi hasil regresi adalah sebagai berikut :

A. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara parsial atau per variabel. Sedangkan pada uji t mempunyai kriteria sebagai berikut:

- a. Bila nilai $\text{Sig. } t \leq \alpha$ maka terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, maka H_a diterima dan H_o ditolak
- b. Bila $\text{Sig. } t > \alpha$ maka terdapat pengaruh yang tidak signifikan secara parsial antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, maka H_a ditolak dan H_o diterima.

B. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghazali, 2011). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu

$R^2 = 0$ (nol) berarti tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

$R^2 =$ mendekati 0 (nol) lemahnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

$R^2 =$ mendekati 1 (satu) berarti kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.