

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kuantitatif non-kasus kausalitas. Penelitian kausalitas bertujuan untuk menguji pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Nilai yang diuji adalah koefisien regresi. Desain penelitian kausalitas dapat berbentuk pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

(Sugiyono, 2001) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi konsumen i-phone di kota Yogyakarta.

Lokasi penelitian adalah lokasi yang dijadikan peneliti untuk memperoleh data penelitian melalui penyebaran kuisioner kepada responden. Lokasi penelitian ini akan dilakukan di kota Yogyakarta.

3.2.2 Sampel

(Sugiyono, 2001) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan Simple Random Sampling karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Sampel yang diambil yaitu berjumlah 42 responden dari konsumen i-phone di kota Yogyakarta.

3.3 Variabel, Operasionalisasi dan Pengukuran

3.3.1 Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (X1), (X2), dan variabel terikat (Y1) yang dikategorikan sebagai berikut.

- a. Variabel bebas
X1 = word of mouth
X2 = ekuitas merek
- b. Variabel terikat
Y1 = keputusan pembelian

3.3.2 Operasionalisasi

- a. Variabel bebas atau variabel independent menurut (Bruno, 2019) adalah variabel yang nilainya tidak bergantung pada variabel lain.
- b. Variabel terikat menurut (Sugiyono, 2013: 39) merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

| Variabel | Dimensi | Indikator | Skala |
|---|---------------------------------------|---|---------------|
| <i>Word of mouth</i> (X1) (Babin et al., 2006) | Menceritakan | Kemampuan seseorang untuk membicarakan hal-hal positif tentang kualitas produk kepada orang lain. | <i>Likert</i> |
| | mempromosikan | Konsumen menginginkan produk yang bisa memuaskan dan dapat direkomendasikan kepada orang lain. | |
| | merekomendasikan | mendorong terhadap teman atau relasi untuk melakukan transaksi atas produk untuk memakai produk yang telah diberitahukan. | |
| | menjual | Setelah merekomendasikan untuk memakai produk yang telah diberitahukan, maka kesempatan terbuka untuk menjual produk tersebut kepada konsumen yang tertarik dengan produk yang dipromosikan | |
| Ekuitas merek (X2) Aaker (1991:15-16) | Loyalitas Merek (Brand Loyalty) | Mencerminkan tingkat keterikatan konsumen dengan suatu merek produk. | <i>Likert</i> |
| | Kesadaran Merek (Brand Awareness) | Menunjukkan kesanggupan seorang calon untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu. | |
| | Kesan Kualitas (Perceived Quality) | Menunjukkan persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas/keunggulan suatu produk berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. | |
| | Asosiasi Merek (Brand Association) | Menunjukkan persepsi yang terbentuk dalam benak responden mengenai karakteristik atau atribut-atribut produk yang dimiliki oleh suatu merek. | |
| Keputusan pembelian (Y1) Aaker (2008:225) | Kemantapan membeli | keinginan yang kuat di benak konsumen untuk membeli I-Phone | <i>Likert</i> |
| | Pertimbangan dalam membeli | persepsi konsumen untuk lebih memilih I-Phone di bandingkan | |

| | | | |
|--|-------------------------|---|--|
| | | merek lain. | |
| | keinginan dan kebutuhan | persepsi konsumen tentang ketertarikan pada I-Phone di bandingkan merek lain karena sesuai dengan kebutuhannya. | |

Tabel 1.1 : Operasionalisasi Variabel

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Penelitian dilakukan dengan cara metode kuesioner.

Menurut (Carissa, 2013) Kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer dengan metode survei untuk memperoleh opini responden. Kuesioner dapat digunakan untuk memperoleh informasi pribadi misalnya sikap, opini, harapan dan keinginan responden. Idealnya semua responden mau mengisi atau lebih tepatnya memiliki motivasi untuk menyelesaikan pertanyaan ataupun pernyataan yang ada pada kuesioner penelitian.

Alasan digunakanya metode kuesioner dalam penelitian ini dikarenakan peneliti menggunakan data primer untuk dianalisis, maka dari itu kuesioner akan disebarakan kepada pengguna I-Phone di Kota Yogyakarta.

3.4.2 Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam analisis penelitian ini adalah sumber data primer. Menurut (Musanto, 2004) Data Primer adalah data yang berasal langsung dari objek penelitian, yaitu berupa kuisisioner yang diberikan secara langsung kepada responden untuk memperoleh informasi tentang alasan keputusan pembelian terhadap produk I-Phone.

Pengisian kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2009:86) adalah “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.” Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pernyataan positif dan negative adalah sebagai berikut :

Skor 5, dengan kategori Sangat Setuju (SS)

Skor 4, dengan kategori Setuju (S)

Skor 3, dengan katagori Netral (N)

Skor 2, dengan katagori Tidak Setuju (TS)

Skor 1, dengan katagori Sangat Tidak Setuju (STS)

3.5 Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode statistik dengan Uji Regresi Linier Berganda. Menurut (Yuliara, 2012) Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas/ response (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas/ predictor (X_1, X_2, \dots, X_n). Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas/ response (Y) apabila nilai-nilai variabel bebasnya/ predictor (X_1, X_2, \dots, X_n) diketahui. Disamping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimanakah arah hubungan variabel tak bebas dengan variabel - variabel bebasnya. Model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut,

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

Dengan :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b_1, b_2 : Koefisien Regresi

X_1 : Word of mouth (WOM)

X_2 : Ekuitas Merek

e : Error

Sebelum dilakukan uji regresi linier berganda, diperlukan pengujian asumsi klasik. Menurut (Ghozali, 2011) uji asumsi klasik terhadap model regresi linier yang digunakan dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi baik atau tidak. Tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten. Sebelum melakukan analisis regresi terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi.

a. Uji Normalitas

Analisis regresi linier mengasumsikan bahwa sisaan (ϵ_i) berdistribusi mengetahui apakah dalam persamaan regresi tersebut residual berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusannya, jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut (Basuki, 2016), suatu model regresi dikatakan terkena multikolinieritas bila terjadi hubungan linier yang sempurna (perfect) atau pasti (exact) di antara beberapa atau semua variabel bebas dari suatu model regresi. Akibatnya akan kesulitan untuk dapat melihat pengaruh variabel penjelas terhadap variabel yang dijelaskan (Maddala, 1992: 269-270).

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Basuki, 2016), Heteroskedastisitas adalah situasi tidak konstannya varians. Konsekuensi heteroskedastisitas adalah biasanya varians sehingga uji signifikansi menjadi invalid. Salah satu cara mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glesjer.

d. Uji Linieritas

Menurut (Rumini, 2011) Pengujian linieritas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa rata-rata yang diperoleh dari kelompok data sampel terletak dalam garis-garis lurus.

Sedangkan uji signifikansi hipotesis dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut,

1) Uji Keterandalan Model (Uji-F)

Menurut (Yuliara, 2012) Penggunaan Uji-F bertujuan mengetahui apakah variabel-variabel bebas (X_1 dan X_2) secara signifikan bersama-sama berpengaruh terhadap variabel tak bebas Y .

Tahapan yang dilakukan dalam Uji - F adalah:

1. Menentukan Hipotesis

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$; (variabel X_1 dan X_2 tidak berpengaruh terhadap Y)

$H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$; (variabel X_1 dan X_2 berpengaruh terhadap Y)

2. Menentukan Taraf/tingkat Signifikansi (α)

Nilai yang sering digunakan untuk adalah $\alpha = 5\%$

3. Menentukan F hitung

$$\text{Rumus F hitung : } F_{hit} = \frac{r^2/k}{(1-r^2)/(n-k-1)} = \frac{r^2(n-k-1)}{k(1-r^2)}$$

4. Menentukan F table (mempergunakan table Uji-F)

Tabel Uji-F untuk $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang (Numerator, df) = $k - 1$; dan untuk penyebut (Denominator, df) = $n - k$. n = jumlah sample/ pengukuran, k = jumlah variabel bebas dan terikat).

5. Kriteria Pengujian nilai F_{hit} dan t_{tab}

Apabila nilai $F_{hit} < F_{tab}$, maka hipotesis H_1 ditolak dan H_0 diterima.

Apabila nilai $F_{hit} > F_{tab}$, maka hipotesis H_1 diterima dan H_0 ditolak.

6. Kesimpulan : akan disimpulkan apakah ada/ tidak pengaruh variabel-variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel tak bebas (Y).

2) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji-t)

Menurut (Yuliara, 2012) Pengujian koefisien regresi secara parsial bertujuan mengetahui apakah persamaan model regresi yang terbentuk secara parsial variabel-variabel bebasnya (X_1 dan X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel tak bebas (Y). Uji-t parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel tak bebasnya secara parsial.

3) Koefisien Determinasi

Menurut (Iqbal, 2000) Koefisien determinasi menjelaskan variasi pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Atau dapat pula dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat diukur oleh nilai R^2 atau Adjusted R^2 . R^2 digunakan pada saat variabel bebas hanya 1 saja (biasa disebut dengan Regresi Linier Sederhana), sedangkan Adjusted R^2 digunakan pada saat variabel bebas lebih dari satu.