

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei dimana dalam penelitian survei menggunakan kuesioner untuk mengetahui jawaban responden. Berdasarkan tingkat eksplanasinya, tergolong sebagai penelitian asosiatif atau hubungan, yaitu penelitian untuk mengetahui hubungan sebab akibat. Hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Sugiono, 2012).

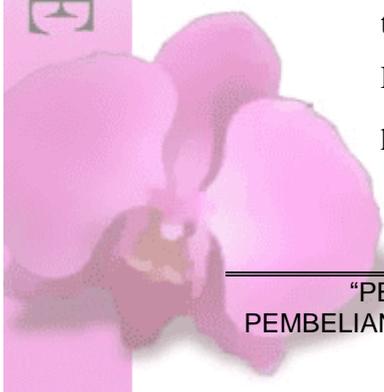
3.2 Definisi Operasional

3.2.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahan timbulnya variabel terikat (dependen), variabel independen disebut juga dengan variabel perlakuan, kausa, risiko, variabel stimulus, antecedent, variabel pengaruh, treatment dan variabel bebas. Dapat dikatakan variabel bebas karena dapat mempengaruhi variabel lainnya. Contoh variabel bebas (independen) seperti “ pengaruh terapi music terhadap penurunan tingkat kecemasan ”. Dalam variabel ini terdapat dua variabel bebas yaitu:

a) *Kualitas Produk (X1)*

Kualitas produk menurut Kotler dan Amstron (2012) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk merupakan peluang yang ditawarkan oleh penjual dan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Indikatornya antara lain: Kinerja (performance), Keistimewaan tambahan (features), Keandalan (reliability), Daya tahan (durability), Estetika (aesthetics). Dalam mengukur masing-masing instrumen penelitian ini menggunakan skala Likert dengan lima alternatif



jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

b) Promosi (X2)

Promosi merupakan cara yang dilakukan oleh pemasar untuk meninformasikan dan mempengaruhi para konsumen atau masyarakat sehingga dapat tertarik untuk membeli serta menggunakan produk ataupun jasa yang dipasarkannya.

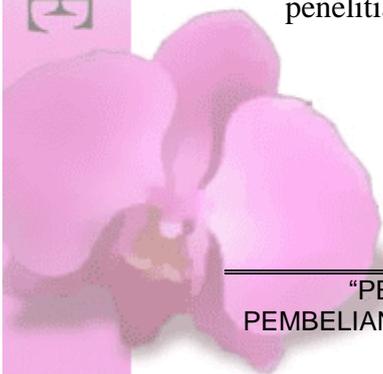
Promosi yaitu kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa kepada pasar, menggunakannya. Promosi juga sangat berguna untuk memberikan informasi mengenai sehingga produk atau jasa tersebut dapat dikenal dan mendorong konsumen untuk membeli serta kelebihan, kegunaan produk dan dimana produk tersebut dapat diperolehnya.

3.2.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Pengamat akan dapat memprediksikan ataupun menerangkan variabel dalam variabel dependen beserta perubahannya yang terjadi kemudian (Mudrajat, 2003). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). indikatornya adalah: Pengenalan masalah, Pencarian informasi, Penilaian alternatif. Dalam mengukur masing-masing instrumen penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan lima alternatif jawaban yaitu : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di STIE Malangkecewara (ABM) Malang. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni 2017.



3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, obyek, transaksi, atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi obyek penelitian (Mudrajat, 2003:103). Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 yang masih aktif di STIE Malangkececwara (ABM) Malang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan untuk menyimpulkan atau menggambarkan populasi. Pemilihan sampel dengan metode yang tepat dapat menggambarkan kondisi populasi sesungguhnya yang akurat, dan dapat menghemat biaya penelitian secara efektif.

Secara umum, terdapat dua pendekatan dalam metode pemilihan sampel. Yakni *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Dalam metode *probability sampling*, seluruh unsur (misalnya: orang, rumah tangga) dalam suatu populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih dalam sampel. Dalam metode ini, cara pemilihan sampel harus dilakukan secara acak (*random*). Demikian pula dengan jumlah sampel minimum, harus dihitung secara matematis berdasarkan probabilitas.

Sebaliknya, dalam metode *nonprobability sampling*, unsur populasi yang dipilih sebagai sampel tidak memiliki kesempatan yang sama, misalnya karena ketersediaan (contoh: orang yang sukarela sebagai responden), atau karena dipilih peneliti secara subyektif. Sebagai akibatnya, penelitian tersebut tidak dapat menggambarkan kondisi populasi yang sesungguhnya.

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. al., 1960:182), sebagai berikut:



$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

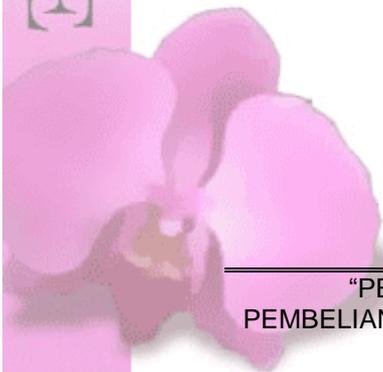
Untuk menggunakan rumus ini, pertama ditentukan berapa batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya, penelitian dengan batas kesalahan 5% berarti memiliki tingkat akurasi 95%. Penelitian dengan batas kesalahan 2% memiliki tingkat akurasi 98%. Dengan jumlah populasi yang sama, semakin kecil toleransi kesalahan, semakin besar jumlah sampel yang dibutuhkan.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, ada 50 Mahasiswa STIE Malangkucecwara Malang yang menggunakan smartphone oppo dan akan dilakukan survei dengan mengambil sampel. Berapa sampel yang dibutuhkan apabila batas toleransi kesalahan 5%.

Dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = N / (1 + N e^2) = 50 / (1 + 50 \times 0,05^2) = 44.4444444 = 44$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 44 Mahasiswa.



3.5 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat 2 cara untuk mengumpulkan data yang akan diperlukan untuk melakukan analisis dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data Sekunder

Dalam melakukan penelitian ini data sekunder diperoleh dari hasil penelitian, artikel-artikel, penelusuran pustaka yang berkaitan dengan perkembangan pemasaran dan keputusan pembelian.

2. Pengumpulan Data Primer

Pengumpulan data primer dilakukan menggunakan survei dengan pengamatan langsung di lapangan, dengan teknik-teknik sebagai berikut:

a. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data dari konsumen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pemilihan Smartphone OPPO sebagai Smartphone yang bisa memberikan kepuasan dengan adanya fitur yang dimiliki oleh Smartphone tersebut.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Ghazali (2006), skala Likert adalah skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

- 1 = Sangat tidak setuju
- 2 = Tidak setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat setuju

3.6 Metode analisis

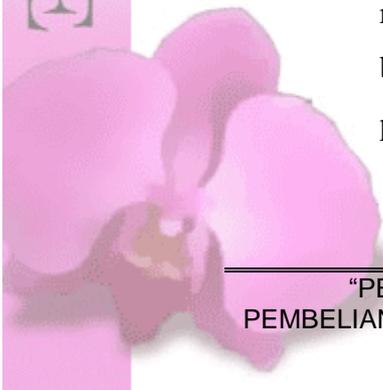
3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Gozali, 2006). Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Gozali, 2006). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau akurat jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu. Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan kuesioner dan bantuan program computer SPSS. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah (Gozali, 2006) :



1. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.
2. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

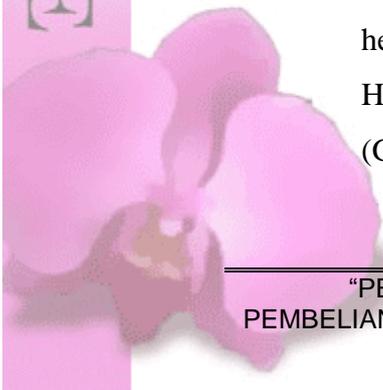
Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi :

a. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2006). Hasil yang diharapkan dalam pengujian adalah tidak terjadinya korelasi antar variabel independen. Terdapat beberapa cara untuk menguji ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi. Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan analisa matrik korelasi antar variabel independen dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10, hal ini berarti tidak terjadi multikolonieritas dalam model regresi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan satu ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2006). Jika varians dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006)). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas



adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (*dependen*) dan nilai residualnya.

c. *Uji Normalitas*

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal (Gozali,2006). Untuk menguji apakah data-data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan metode sebagai berikut :

1. Metode Grafik

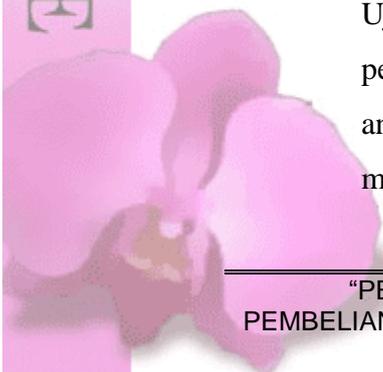
Metode grafik yang handal adalah dengan melihat normal melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal (Gozali,2006). Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Metode Statistik

Uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari Kolmogorov Smirnov. Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika signifikan lebih besar dari alpha 5% maka menunjukkan distribusi data normal.

d. *Uji Autokorelasi*

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya



autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Nilai d_u dan d_l dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

Sebagai contoh kasus kita mengambil contoh kasus pada uji normalitas pada pembahasan sebelumnya. Pada contoh kasus tersebut setelah dilakukan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas maka selanjutnya akan dilakukan pengujian autokorelasi.

3.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka akan dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah kecil terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

3.6.4 Uji t (Parsial)

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada

penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan pengujian secara parsial menggunakan uji t. Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) dan juga penerimaan atau penolakan hipotesa, maka cara yang dilakukan adalah :

- $H_0 : b_1 = 0$ artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- $H_0 : b_1 \neq 0$ artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3.6.5 Uji f (*Simultan*)

Uji ini menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

Artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

$$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$$

Artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria Pengujiannya dengan taraf signifikansi sebesar 5% maka:

Nilai Fhitung akan dibandingkan dengan nilai Ftabel .

Kriteria pengambilan keputusannya, yaitu:

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$



3.6.6 Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Analisis regresi menggunakan

rumus persamaan regresi berganda seperti yang dikutip dalam Sugiyono (2009:277), yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y = Variabel dependen, yaitu keputusan pembelian

X₁ = Variabel independen, yaitu kualitas produk

X₂ = Variabel independen, yaitu promosi

a = Konstanta yang merupakan rata-rata nilai Y pada saat nilai X₁, X₂ sama dengan nol.

b₁ = Koefisien regresi parsial, mengukur rata-rata nilai Y untuk tiap perubahan X₁ dengan menganggap X₂ konstan.

b₂ = Koefisien regresi parsial, mengukur rata-rata nilai Y untuk tiap perubahan X₂ dengan menganggap X₁ konstan.