

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research*. Penelitian eksplanatori (*explanatory research*) adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya (Umar, 2011). Secara spesifik penelitian ini tergolong pada jenis penelitian kuantitatif, yang dimana data diperoleh dengan mengukur nilai satu atau lebih variabel dalam bentuk sampel atau populasi (Kuncoro, 2011).

3.2 Objek Dan Sumber Data Penelitian

3.2.1 Objek

Dalam penulisan proposal skripsi ini penulis melakukan penelitian di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkecewara yang berada di Kota Malang.

1. Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Mahasiswa yang terdaftar di STIE Malangkecewara pada tahun Akademik 2016 yang masih aktif.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017), Sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah Populasi. Jika Populasi tersebut besar, sehingga para peneliti tentunya tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan yang terdapat pada populasi tersebut oleh karena beberapa kendala yang akan di hadapkan nantinya seperti: keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka dalam hal ini

perlu menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Dan selanjutnya, apa yang dipelajari dari sampel tersebut maka akan mendapatkan kesimpulan yang nantinya di berlakukan untuk Populasi. Oleh karena itu sampel yang di dapatkan dari Populasi memang harus benar-benar representatif (mewakili).

1. Cara Menetapkan Sampel

- 1) Subjek memataalkan kesediannya untuk menjadi responden penelitian.
- 2) Subjek berhalangan hadir atau tidak di tempat ketika pengumpulan data dilakukan.

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e² = estimasi tingkat kesalahan (1%)

Maka perhitungannya:

$$n = \frac{222}{1 + 222 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{222}{1 + 2,22}$$

$$n = 69 \text{ sampel}$$

$$n = 70 \text{ sampel (Dibulatkan)}$$

Jadi jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 70 Mahasiswa STIE MALANGKUÇEÇWARA.

2. Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel atau [teknik sampling](#) adalah teknik pengambilan sampel dari populasi. Sampel yang merupakan sebagian dari populasi tsb. kemudian diteliti dan hasil penelitian (kesimpulan) kemudian dikenakan pada populasi (generalisasi).

3. Teknik Sampel

Penelitian ini menggunakan Teknik Accidental sampling. Accidental sampling juga dikenal sebagai Sampling Peluang, Convenience Sampling atau pengambilan sampel bebas. Accidental sampling/ Convenience sampling adalah non-probabilitas sampling teknik dimana subyek dipilih karena aksesibilitas nyaman dan kedekatan mereka kepada peneliti. Subyek dipilih hanya karena mereka paling mudah untuk merekrut studi dan peneliti tidak mempertimbangkan memilih mata pelajaran yang mewakili seluruh populasi. Sampel dalam penelitian ini meliputi Mahasiswa STIE Malangkecewara Angkatan 2016.

3.2.2 Sumber Data Penelitian

Jenis data yang dikumpulkan terdiri dari data primer. Data Primer merupakan data yang di dapat dari sumber pertama, baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti.

3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran

3.3.1 Variabel

Menurut Sugiyono (2017), variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Selanjutnya menurut Suharsimi Arikunto (2014), variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian suatu titik perhatian suatu penelitian.

1. Variabel Independent

Yaitu variabel bebas yang dianggap berpengaruh pada variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel Independent adalah:

1. Kualitas (X1)

Kualitas memuaskan yang sudah dirasakan konsumen memberikan kepuasan terhadap keinginan konsumen dan memenuhi kebutuhan konsumen

dapat berpengaruh besar terhadap persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Indikator dalam variabel Kualitas adalah kinerja, keandalan, kemampuan layanan dan estetika.

2. Harga (X2)

Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Indikator dalam variabel Harga adalah kualitas produk, kesan produk, kepuasan potensial dan nilai merek.

3. Popularitas (X3)

Popularitas produk dapat diartikan sejauh mana sebuah produk telah dikenal atau disukai oleh masyarakat. Indikator dalam variabel Popularitas adalah sindrom nomor "1", kepemimpinan merek dinamika dan kepemimpinan merek inovasi.

2. Variabel Dependent

Merupakan Variabel yang terikat atau dipengaruhi oleh variabel lain, Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pembelian (Y). Indikator dalam variabel Keputusan Pembelian adalah keputusan pembelian luas, keputusan pembelian terbatas dan keputusan pembelian biasanya.

3.3.2 Operasional

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur variabel. Definisi operasional adalah semacam petunjuk kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Definisi operasional merupakan informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Karena berdasarkan informasi itu, ia akan mengetahui bagaimana caranya melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun berdasarkan konsep yang sama. Dengan demikian operasional pengukuran dalam penelitian ini menggunakan nama, umur, jenis kelamin, angkatan, uang saku per bulan responden agar dapat memilah responden sesuai dengan karakteristik responden yang diperlukan dalam penelitian ini.

Variabel	Indikator	Definisi Variabel
Kualitas (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Keandalan 3. Kemampuan layanan 3. Estetika 	Kualitas Produk yang memuaskan sudah dirasakan konsumen memberikan kepuasan terhadap keinginan konsumen dan memenuhi kebutuhan konsumen dapat berpengaruh besar terhadap persepsi konsumen terhadap produk tersebut sehingga meningkatkan minat beli.
Harga (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Produk 2. Kesan Produk 3. Keputusan Potensial 4. Nilai Merek 	Harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing.
Popularitas (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sindrom nomor "1" 2. Kepemimpinan merek dinamika 3. Kepemimpinan merek inovasi 	Popularitas produk dapat diartikan sejauh mana sebuah produk telah dikenal atau disukai oleh masyarakat.
Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan Luas 2. Keputusan Terbatas 3. Keputusan Biasanya 	Menurut Kotler (2007) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan memutuskan untuk membeli.

3.3.3 Pengukuran

Skala pengukuran merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengkuantifikasi informasi yang diberikan oleh konsumen jika mereka diharuskan menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan dalam suatu kuesioner.

Dalam pengukuran aspek Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Pembelian Tiket Transportasi Pada Pegipegi.com digunakan Skala Tingkat (*Likert*) dengan keterangan sebagai berikut:

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Netral (N)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam usaha memperoleh data yang dibutuhkan, metode yang digunakan adalah:

3.4.1 Metode Kuisisioner

Menurut Anas salahudin dalam bukunya Bimbingan dan Konseling (2010:77), kuesioner atau sering pula disebut angket merupakan suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh orang yang menjadi sasaran questionnaire tersebut.

3.5 Prosedur Analisis

Untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan, maka dalam penelitian ini digunakan 2 macam metode analisis deskriptif yaitu:

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Nugroho (2012) digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Jadi dapat dikatakan, semakin tinggi validitas suatu alat ukur maka alat ukur tersebut akan mengenai pada sasaran atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur.

Penilaian kevalitan butir pertanyaan dapat dilihat dari *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Sehingga pengambilan keputusan adalah:

1. Jika *Corrected Item-Total Correlation* $> 0,300$ maka pertanyaan tersebut valid.
2. Jika *Corrected Item-Total Correlation* $< 0,300$ maka pertanyaan tersebut tidak valid.

3.5.2 Uji Reabilitas

Sugiharto dan Situnjak (2011) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan.

Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur dengan metode konsistensi internal dengan teknik Reliabilitas Alpha, (Arikunto, 2014). Dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_j^2}{s_x^2} \right]$$

Dimana :

k = Banyaknya belahan tes

s_j^2 = Varian belahan j; j= 1,2,...,k

s_x^2 = Varians skor tes

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%.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Model analisis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi klasik yang meliputi :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji salah satu asumsi dasar analisis regresi berganda, yaitu variabel-variabel independen dan dependen harus berdistribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2016). Uji normalitas residual dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* test dengan taraf signifikan 5%. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai Signifikan > 0,05 maka dikatakan berdistribusi normal.
2. Jika nilai Signifikan < 0,05 maka dikatakan berdistribusi tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel

ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016) :

1. Mempunyai angka Tolerance diatas ($>$) 0,1
2. Mempunyai nilai VIF di di bawah ($<$) 10
3. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya.

1. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $>0,05$ maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $<0,05$ maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.5.4 Regresi Linier Berganda

Untuk mencari pengaruh antara variabel kualitas produk (X1), harga (X2), popularitas (X3), dan keputusan pembelian (Y) digunakan model analisa regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.x + b_2.z + E$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = konstanta

$b_{1,..} b_4$, = koefisien regresi variabel bebas

X = Kualitas Produk, Harga, Popularitas

E = Standart error

3.5.5 Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh Bersama-sama variabel-variabel independent terhadap variabel dependent (Ghozali, 2016) dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan adalah :

H_0 : Tidak ada nya pengaruh Variabel X secara bersama-sama terhadap Variabel Y

H_a : Adanya pengaruh Variabel X bersama-sama terhadap Variabel Y.

Dasar pengambilan keputusan nya (ghozali, 2016) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi yaitu :

1. Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima

2. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel X dan variabel Y apakah dimensi variabel X_1 : Kualitas Produk, X_2 : Harga, X_3 : Popularitas) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2016).

Nilai dari uji T dapat dilihat dari p-value (pada kolom sig) dengan pengujian hipotesis sebagai berikut :

1. H_0 diterima dan H_a ditolak, jika t-hitung $< t$ -tabel, atau nilai sig. $>$ level of significant 0,05 yang menyatakan tidak adanya pengaruh yang signifikan antara Variabel X terhadap Variabel Y.
2. H_0 ditolak dan H_a diterima jika t- hitung $> t$ -tabel, atau nilai sig. $<$ level of significant 0,05 yang menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara Variabel X terhadap Variabel Y.

3. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling dalam analisis regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (**nol**) dengan 1 (**satu**). koefisien determinasi nol, variabel independent sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependent. apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent, selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel Terikat (**Y**) yang disebabkan oleh variabel bebas (**X**).