

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli di toko Elizabeth. Objek pada penelitian ini yaitu produk yang dijual pada toko Elizabeth di Yogyakarta.

#### **B. Jenis Penelitian dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersifat Kuantitatif. Data primer adalah data yang didapat atau dikumpulkan oleh peneliti dengan cara langsung dari sumbernya. Untuk memperoleh data primer, peneliti wajib mengumpulkannya secara langsung. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) kepada konsumen yang pernah membeli produk di toko Elizabeth.

#### **C. Penentuan Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006) Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk di toko Elizabeth.

## 2. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2006) Pengambilan sampel dilakukan dengan *metode non probability sampling*, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Ferdinand, 2006). Hal ini dilakukan karena adanya keterbatasan waktu. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria yang telah dilakukan (Sugiyono, 2013). Adapun kriteria pada pemilihan sampel yaitu :

- a. Konsumen yang pernah membeli di toko Elizabeth yogyakarta
- b. Mengetahui produk yang dijual di toko Elizabeth
- c. Berusia 17 tahun ke atas

Penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner di Toko Elizabeth Yogyakarta. Penentuan jumlah sampel menurut Ferdinand (2006) yaitu jumlah sampel dapat diambil lima hingga sepuluh kali dari jumlah indikator yang digunakan. Jumlah sampel yang digunakan yaitu  $5 \times 29 = 145$  sehingga responden yang digunakan sebanyak 145 responden.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, yaitu susunan daftar pertanyaan yang telah dibuat dan akan dibagikan oleh peneliti kepada responden yang telah dituju.

### **E. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel penelitian dibedakan menjadi dua jenis, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) yang diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Dependen (*dependent variable*) atau variabel terikat.

Variabel terikat (Dependen), yaitu variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2004) Variabel dependen yang digunakan penelitian ini adalah keputusan pembelian yang dilambangkan dengan Y.

2. Variabel Independen (*independent variable*) atau variabel bebas.

Variabel bebas (independen), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik yang pengaruhnya positif maupun pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk yang dilambangkan dengan X1, keterjangkauan harga yang dilambangkan dengan X2, dan kualitas pelayanan yang dilambangkan dengan X3

### **F. Definisi Operasional**

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel, dimana terdapat tiga variabel sebagai variabel independen dan satu variabel dependen. Keempat variabel tersebut akan diuraikan sebagai berikut :

### 1. Kualitas produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) kualitas produk adalah kemampuan produk dalam memperagakan fungsinya

### 2. Keterjangkauan harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) keterjangkauan adalah sejauh mana sesuatu yang terjangkau, diukur dengan biaya relatif terhadap jumlah dimana pembeli mampu untuk membayar. Harga merupakan variabel keputusan yang paling penting oleh konsumen karena alasan tertentu, salah satunya yaitu alasan ekonomis yaitu harga yang terjangkau atau bersaing merupakan salah satu hal penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Ferdinand, 2006).

### 3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat suatu pelayanan yang diberikan mampu serta sesuai dengan ekspektasi atau keinginan konsumen (Tjiptono, 2014)

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

NO.	Variabel Penelitian	Indikator	Sumber
1.	Kualitas produk (X1)	1. Tidak mudah rusak dan memiliki umur ekonomis yang lama 2. Daya tahan 3. Penampilan produk	Novandri (2010)

2.	Keterjangkauan Harga (X2)	<p>1. Harga murah adalah pilih utama</p> <p>2. Kesesuaian harga dengan kemampuan atau daya beli masyarakat</p> <p>3. Potongan harga (diskon) atau cash back Produk bebas dari cacat</p>	Novandri (2010)
3.	Kualitas Pelayanan (X3)	<p><i>1. Tangible</i></p> <p>a. Kebersihan fasilitas fisik</p> <p>b. Kerapian penampilan karyawan</p> <p>c. Kemutakhiran sarana fisik yang dimiliki</p> <p><i>2. Empathy</i></p> <p>a. Perhatian secara personal oleh karyawan</p> <p>b. Mudah di akses</p> <p>c. Memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh</p> <p><i>3. Reliability</i></p> <p>a. Toko Elizabeth menyediakan jasa pelayanan dengan baik hingga akhir</p> <p>b. Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan (struk pembelian)</p> <p>c. Pelayanan sesuai yang di janjikan</p>	

		<p><i>4. Responsiveness</i></p> <p>a. Kesiediaan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat</p> <p>b. Kesiediaan karyawan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat</p> <p>c. Kelengkapan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat</p> <p><i>5. Assurance</i></p> <p>a. Reputasi perusahaan yang terjamin</p> <p>b. Kompetensi (kemampuan) karyawan dalam bidang pelayanan yang diberikan</p> <p>c. Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan.</p>	
4.	Keputusan Pembelian (Y)	<p>1. Kebiasaan dalam membeli produk</p> <p>2. Keinginan untuk membeli</p> <p>3. Prioritas pembelian</p> <p>4. Kesiediaan meluangkan waktu</p> <p>5. Keyakinan dalam membeli</p>	Ilmaya (2011)

		6. Produk sesuai harapan 7. Pertimbangan manfaat	
--	--	---	--

### G. Metode Analisis Data

Metode Analisis data merupakan salah satu cara agar dapat mengetahui bagaimana suatu variabel dapat mempengaruhi variabel lain. Adapun tujuan dari metode analisis data yaitu, agar peneliti dapat memperoleh hasil data yang telah diterima dari respondennya. Analisis data kuantitatif adalah analisis data yang menggunakan data berbentuk angka-angka yang diperoleh sebagai hasil pengukuran atau penjumlahan (Nurgiyantoro dkk, 2004). Untuk mendapatkan data kuantitatif, digunakan skala *Likert* yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang digolongkan kedalam lima tingkatan sebagai berikut (Sugiyono, 2004)

- a. Untuk jawaban sangat tidak setuju diberi nilai = 1
- b. Untuk jawaban tidak setuju diberi nilai = 2
- c. Untuk jawaban netral diberi nilai = 3
- d. Untuk jawaban setuju diberi nilai = 4
- e. Untuk jawaban sangat setuju diberi nilai = 5

## H. Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. (Ghozali, 2011) Adapun cara dalam perhitungan uji validitas yaitu dilakukan dengan bantuan komputer, pada program SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Metode yang digunakan adalah *pearson correlation*, kriteria uji validitas adalah apabila terdapat nilai signifikan pada taraf  $\alpha < 0,05$  dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut valid dan apabila  $\geq 0,05$  maka kuesioner tersebut tidak valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabil dan konsistensi dari alat pengukur yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*, yaitu :

- a. Apabila hasil koefisien alpha  $>$  taraf signifikan 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.
- b. Apabila hasil koefisien alpha  $\leq$  taraf signifikan 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.



### 3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian analisis Regresi Linier Berganda terhadap hipotesis penelitian maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian Uji Asumsi Klasik, hal ini untuk membentuk sebuah estimasi yang bersifat *Best, Linier, Unbiased dan Estimator*, sehingga layak dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu meliputi :

#### a. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2011) Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Pengujian Multikolonieritas dilakukan dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel Independen, jika nilai  $VIF < 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa data bebas dari gejala multikolonieritas.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan lain. Pengujian ini dapat menggunakan grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan SRESID, tidak terjadi Heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah

angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2011). Salah satu cara mendeteksi gejala heteroskedastisitas yaitu dengan uji glejser. Uji ini meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen dalam model. Hasil regresi tersebut harus menunjukkan tidak ada yang signifikan berpengaruh atau probabilitas signifikansi di atas 5%

c. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat menggunakan *probability plot*. Data yang terdistribusi normal akan membentuk residual plot akan mengikuti garis normalitas dan berada di sekitar plot (Ghozali, 2011). Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan uji kolmogorov sminorv. Jika nilai sig lebih besar dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal, dan jika nilai sig lebih kecil dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal.

## I. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis dari dua pengaruh yaitu *independen variable* (X) atau lebih terhadap *dependen variable* (Y) (Ghozali, 2011). Regresi linier berganda ini juga dapat

digunakan dengan bantuan SPSS. Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang ada, maka model yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y=a+b1.X1+b2.X2+b3.X3+e$$

Keterangan :

Y =Keputusan pembelian

a =Konstanta

b1 =Koefisien regresi variabel X1 (kualitas produk)

b2 =Koefisien regresi variabel X2 (keterjangkauan harga)

b3 =Koefisien regresi variabel X3 (kualitas pelayanan)

X1 = Kualitas produk

X2 =keterjangkauan harga

X3 =Kualitas pelayanan

e = Standar Error

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis menggunakan *F-test* pada dasarnya menunjukkan apakah variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk menguji hipotesis H1, yaitu menguji kualitas produk, keterjangkauan

harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Kriteria hipotesis :

$H_0$  ;  $\beta = 0$  ; tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (kualitas produk, keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)

$H_a$  ;  $\beta > 0$  ; ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (kualitas produk, keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Kriteria pengujian :

1. Signifikan apabila  $p \text{ value} < \alpha (0,05)$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Tidak Signifikan apabila  $p \text{ value} \geq \alpha (0,05)$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Pada intinya, koefisien determinasi *Adjusted R<sup>2</sup>* mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara

nol dan satu. Apabila hasil *adjusted R<sup>2</sup>* mendekati 1 maka hasil tersebut mengindikasikan korelasi yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Namun jika hasil *adjusted R<sup>2</sup>* mendekati 0 berarti terdapat korelasi yang lemah antara variabel bebas dengan variabel terikat (Ghozali, 2011).

c. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji nilai t menunjukkan apakah semua variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011) Pada penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji hipotesis H2, H3, H4 yaitu pengaruh kualitas produk, keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Kriteria hipotesis :

$H_0 : b_i = 0$ , berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

$H_a : b_i \neq 0$ , berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

Jika nilai signifikansi  $<$  nilai  $\alpha = 0,05$  maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, sebaliknya jika nilai signifikansi  $>$  nilai  $\alpha = 0,05$  maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.