

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek yang dituju yaitu responden yang menggunakan oppo smartphone. Sedangkan objek yang dipilih untuk melakukan penelitian ini adalah di Yogyakarta. Setting penelitian adalah oppo smartphone. Dasar dalam memilih oppo smartphone sebagai setting penelitian karena setelah peneliti melakukan studi pendahuluan terhadap 10 responden, peneliti menemukan bahwa sebagian besar dari responden menggunakan produk oppo smartphone sebagai smartphone yang mereka pilih.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Yogyakarta. Populasi ini dipilih karena banyaknya pengguna oppo smartphone yang berada di yogyakarta.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel yang digunakan peneliti adalah masyarakat Yogyakarta yang menggunakan produk oppo smartphone. Penarikan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik

pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Peneliti menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengumpulan sampel yang berdasarkan pada pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009). Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan pada indikator-indikator dari variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan skala likert untuk mengukur sikapnya. Peneliti mengambil 100 sampel. Jumlah ini sesuai dengan ketentuan Roscoe (dalam Sekaran, 2013), bahwa dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi linier berganda), sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel/indikator dalam penelitian. Sampel yang diambil dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Masyarakat Yogyakarta yang membeli atau menggunakan oppo smartphone
2. Usia minimal 18 tahun

C. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif.

Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan (skoring)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer. Data primer yaitu data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti yang diperoleh secara langsung dengan kuesioner dari sumber, (Sanusi, 2011). Data primer pada penelitian ini diperoleh secara langsung dari responden pengguna oppo smartphone.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diperoleh dari kuesioner yang telah dibagikan kepada responden. Pengumpulan data dilakukan dengan penelitian survey lapangan yaitu penelitian dilakukan secara langsung dengan melakukan pengamatan dan membagikan kuesioner kepada responden yang mampu memberikan informasi cukup. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan metode *field survey* menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data primer. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009). Data yang diperoleh lewat penggunaan kuesioner adalah data yang dikategorikan sebagai data faktual.

Skala yang akan digunakan adalah:

1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

2 = TS (Tidak Setuju)

3 = N (Netral)

4 = S (Setuju)

5 = SS (Sangat Setuju)

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel memiliki pengertian bahwa variabel-variabel dalam penelitian berupa definisi atribut operasional yang digunakan sebagai spesifikasi dalam menyusun instrumen pertanyaan kuesioner penelitian berdasarkan indikator operasional variabel penelitian.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas yang dilambangkan dengan X adalah variabel yang memberi pengaruh (positif atau negatif) untuk variabel dependen (Tjahjono H.K,2015:45). Dalam penelitian ini adalah :

Kualitas Produk (X1)

Kualitas Produk menurut menurut Kotler & Armstrong (2004) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan,serta atribut bernilai lainnya. Setiap perusahaan harus menjaga kualitas produknya agar mampu bertahan ditengah persaingan.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur sebuah kualitas produk dalam penelitian yang dilakukan, Irawan Danni (2015) yaitu:

1. Kualitas
2. Desain
3. Keandalan

Persepsi Harga (X2)

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. Tjiptono (2009) menyatakan harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur sebuah persepsi harga dalam penelitian yang dilakukan, Irawan Danni (2015) yaitu:

1. Harga potongan tunai
2. Persaingan harga
3. Harga sesuai dengan kualitas

Saluran Distribusi (X3)

Saluran distribusi adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang melakukan kegiatan untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirim serta menyampaikan barang yang dipasarkan kepada konsumen, Gitosudarmo (2008).

Menurut Angipora (2007), proses penyaluran produk sampai ke tangan konsumen akhir dapat menggunakan saluran yang panjang ataupun pendek sesuai dengan kebijakan saluran distribusi yang ingin dilaksanakan perusahaan. Bentuk-bentuk saluran distribusi dibagi menjadi dua, yaitu saluran distribusi langsung dan tidak langsung.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur sebuah saluran distribusi dalam penelitian yang dilakukan, Irawan Danni (2015) yaitu:

1. Kemudahan proses pemesanan
2. Kecepatan dalam pengiriman
3. Kemudahan menemukan produk

Promosi (X4)

Promosi adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang akan dijual, Kotler dan Keller (2008). Promosi yang baik dari perusahaan mampu menarik konsumen agar melakukan keputusan pembelian. Dengan adanya promosi yang baik dari perusahaan maka akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada suatu produk.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur sebuah promosi dalam penelitian yang dilakukan, Irawan Danni (2015) yaitu:

1. Promosi lewat iklan
2. Promosi lewat pameran elektronik
3. Promosi lewat brosur
4. Promosi dengan pemberian hadiah

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Tujuan peneliti adalah memahami dan menggambarkan (*describe*) variabel dependen (Tjahjono H.K, 2015:45). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian di Java Mart.

Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan oleh perusahaan kepada para konsumennya, Kotler (2013).

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur sebuah keputusan pembelian dalam penelitian yang dilakukan, Irawan Danni (2015) yaitu:

1. Membandingkan dengan produk yang sama dengan merk lain
2. Mencari informasi yang berhubungan dengan merk tersebut
3. Proses pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen dalam pembelian

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang ingin kita ukur dan bukan mengukur yang lain (Sekaran, 2006) . Menurut Kuncoro (2013) kriteria valid dapat dilihat melalui nilai dari *pearson correlation* dan *sig. (2-tailed)*. Jika nilai *pearson correlation* lebih besar dari pada nilai pembandingan berupa *r-kritis*, maka item tersebut valid. Atau jika nilai *sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 maka item tersebut valid dengan derajat kepercayaan 95%.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana stabilitas dan konsistensi dari alat pengukur yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi. Pengukuran realibilitas didasarkan pada indeks numerik yang disebut koefisien. Dalam penelitian pengujian kualitas data yang sering dilakukan adalah uji reliabilitas untuk reliabilitas konsistensi internal. Dikatakan reliabilitas jika nilai cronbach alpha $> 0,6$ (Ghozali, 2011). Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* di atas 0,6. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (Ghozali, 2011).

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas, dan variabel terikat keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal, dapat diuji dengan metode Kolmogorov Smirnov maupun pendekatan grafik.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel bebas (independen). Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2009). Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas, dan dapat juga dilihat pada nilai *tolerance* serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0.1, maka dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain, Ghozali (2006). Jika variace dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tutup, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang terdapat homoskedestisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik flot antara lain prediksi variabel terikat (ZPRED) dan residualnya (SRESID). Deteksi terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah X yang telah diprediksi, sumbu X adalah residual (Y prediksi – sesungguhnya) yang telah di-stundetized. Dasar analisis :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2009).

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap konsumen (Ghozali, 2009).

Persamaan umum Regresi Linier berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e_i$$

Keterangan:

a = Konstanta

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Kualitas Produk

X2 = Persepsi Harga

X3 = Saluran Distribusi

X4 = Promosi

e_i = Standar Error

e. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji model dengan uji F untuk mengetahui tingkat signifikan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian ini untuk menguji model penelitian. Uji F dilakukan hanya untuk mengetahui apakah model yang digunakan baik atau tidak. Untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan cara melihat p value pada uji t. apabila $p\text{ value} < \alpha = 0,05$ berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesisnya sebagai berikut :

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya, apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_A) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian:

- a. 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.
- b. Tidak Signifikan apabila $p \text{ value} \geq \alpha (0,05)$, H_a diterima dan menolak H_0 , berarti ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

f. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel terikat. Besarnya tingkat signifikan masing – masing variabel dapat diketahui dengan melihat p Value pada uji t. Apabila $p \text{ value} < \alpha (0,05)$ berarti masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006). Hipotesisnya sebagai berikut :

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel independen. Hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_i \neq 0$$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian :

- a. Signifikan apabila $p \text{ value} < \alpha (0,05)$, H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Tidak Signifikan apabila $p \text{ value} \geq \alpha (0,05)$, H_a diterima dan menolak H_0 , berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

g. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Pada linear berganda ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya (R^2). Jika (R^2) yang diperoleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat.