

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang membeli ponsel Blackberry, sedangkan yang menjadi Objek dari penelitian ini adalah Ponsel Blackberry.

B. Jenis Data

Data primer menurut (kuncoro, 2003) adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil kuesioner penelitian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Pembelian Ponsel Blackberry Di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

C. Teknik pengambilan sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2008). Penarikan sampel adalah proses memilih jumlah yang cukup dari populasi untuk mempelajari dan memahami karakteristik dari subyek sampel sehingga peneliti dapat menggeneralisasikan karakter dari elemen populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu tehnik pengambilan sampel dimana sampel yang diambil tidak acak atau berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan.

Metode pengambilan sampel adalah *convenience sampling* yaitu memilih sampel yang datanya mudah diperoleh atau dihubungi peneliti. (sugiyono, 2008).

Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menggunakan ponsel Blackberry.

D. Tehnik Pengumpulan Data

Kuesioner

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner untuk memperoleh data-data primer yang dibutuhkan. Peneliti mengadopsi kuisisioner dari penelitian terdahulu dan mengedarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden untuk memberikan tanggapannya terhadap pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Dengan skala pengukuran yang dilakukan adalah *Skala Likert* (diukur dalam 5 point skala 1 = sangat tidak penting, 2 = tidak penting, 3 = netral, 4 = penting, 5 = sangat penting).

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Pengukuran variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan

kuesioner yang diadopsi dari penelitian penelitian (Pratiwi, 2008)

a. Inovasi

Inovasi merupakan salah satu proses yang memungkinkan munculnya teknologi baru yang mempunyai karakteristik atau perilaku yang berbeda dengan sebelumnya.

Di dalam penelitian ini harga dijelaskan dengan tiga kategori, yaitu :

1. Fitur-fitur baru
2. Tampilan warna
3. Pelayanan WWW, WAP, E-mail, java dan UMTS

b. Multimedia

Multimedia adalah suatu kombinasi teks, video, suara animasi dalam sebuah perangkat komputer yang interaktif.

Di dalam penelitian ini harga dijelaskan dengan tiga kategori, yaitu :

1. Multimedia
2. Kamera

c. Desain

Desain adalah salah satu bentuk physical stimuli yang digunakan untuk mempengaruhi konsumen.

2. Model

3. Ukuran

d. Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk manfaat memiliki dan menggunakan produk atau jasa.

Di dalam penelitian ini harga dijelaskan dengan tiga kategori, yaitu :

1. Harga jual

2. Harga khusus

3. Potongan harga

e. Merek dan kelengkapan dasar

Merek dan kelengkapan dasar adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol dan kombinasinya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang membedakannya dengan pesaing.

Di dalam penelitian ini harga dijelaskan dengan tiga kategori, yaitu :

1. Produk baru

2. Kapasitas memori

3. Merek terkenal

4. Pengaruh negara asal

5. Fasilitas *blackberry messenger*

f. Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu keadaan yang dapat dipercaya (kehandalan, keawetan) suatu produk.

Di dalam penelitian ini harga dijelaskan dengan tiga kategori, yaitu :

1. Reliabilitas
2. *Usability*

g. Pengaruh dari luar

Pengaruh dari luar adalah suatu informasi dari luar (teman, keluarga, media) yang dapat mempengaruhi seseorang dalam pemilihan atau mengkonsumsi suatu produk atau merek.

Di dalam penelitian ini harga dijelaskan dengan tiga kategori, yaitu :

1. Rekomendasi penjual
2. Rekomendasi teman

h. Pembelian ponsel

Pembelian ponsel adalah keputusan yang akan dilakukan konsumen dalam melakukan pembelian ponsel berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Di dalam penelitian ini harga dijelaskan dengan tiga kategori, yaitu :

1. Keputusan pembelian ponsel merek Blackberry

F. Uji Kualitas Data

Penelitian ini tidak melakukan uji validitas data karena kuisisioner yang digunakan diadopsi dari kuisisioner (Bram Sanjaya, 2008).

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Uji Hipotesis

a) Uji koefisien determinasi (R^2)

Analisis ini bertujuan untuk mengukur prosentase pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Besarnya pengaruh variabel independent dapat diketahui dengan cara melihat besarnya koefisien R Square (R^2). Besarnya R^2 antara 0 sampai dengan 1, semakin besar nilai R^2 suatu persamaan regresi maka semakin besar pula pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent (Ghozali, 2006).

b) Uji hipotesis serentak (uji F)

Digunakan untuk membuktikan apakah ada pengaruh signifikan atau tidak antara variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Apabila $p\ value < \alpha$ (0,05) berarti masing-masing variabel independent secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependent.

c) Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Digunakan untuk membuktikan apakah ada pengaruh signifikan atau tidak antara variabel independent secara individu terhadap variabel dependent. Besarnya tingkat signifikansi masing-masing variabel dapat diketahui dengan cara melihat *p value* pada uji t. Apabila $p\ value < \alpha$ (0,05) berarti masing-masing variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent (Ghozali, 2006).

2. Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis Regresi Linier Berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent yaitu Inovasi (X_1), Multimedia (X_2), Desain (X_3), Harga (X_4), Merek (X_5), Reliabilitas (X_6), Pengaruh dari luar dan kelengkapan dasar (X_7) terhadap variabel dependent yaitu pembelian ponsel Blackberry (Y). Adapun model persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7$$

Keterangan :

Y = pembelian ponsel Blackberry

X_1 = Inovasi

X_2 = Multimedia

X_3 = Desain

X_4 = Harga

X_5 = Merek dan kelengkapan dasar

X_6 = Reliabilitas

X_7 = Pengaruh dari luar

b_0 = Koefisien regresi bila $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$ sama dengan nol.

b_1 - b_7 = Koefisien regresi

b_2 = Koefisien regresi antara X_2 dengan Y bila $X_1, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$ sama dengan nol

b_3 = Koefisien regresi antara X_3 dengan Y bila $X_1, X_2, X_4, X_5, X_6, X_7$ sama dengan nol

b_4 = Koefisien regresi antara X_4 dengan Y bila $X_1, X_2, X_3, X_5, X_6, X_7$ sama dengan nol

b_5 = Koefisien regresi antara X_5 dengan Y bila $X_1, X_2, X_3, X_4, X_6, X_7$ sama dengan nol

b_6 = Koefisien regresi antara X_6 dengan Y bila $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_7$ sama dengan nol

b_7 = Koefisien regresi antara X_7 dengan Y bila $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$ sama dengan nol