

BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek/Subyek Penelitian

Menurut (Sugiono, 2008) objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek dalam penelitian ini adalah *handphone* merek Appeldan subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

B. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *Non-probability Sampling* dengan desain *Purposive Sampling*. *Non-probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014). *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014)

Kriteria-kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Mahasiswa yang bersedia menjadi responden

- 2) Mahasiswa yang memiliki dan pernah terlibat proses pembelian *handphone* dengan merek Apple
- 3) Mahasiswa yang tinggal di Yogyakarta
- 4) Mahasiswa yang menggunakan *handphone Apple* minimal 1 tahun

Jumlah sample ditetapkan dengan merujuk pada pendapat (Santoso, 2012), besarnya sampel bila terlalu besar akan menyulitkan untuk mendapatkan model yang cocok, dan disarankan ukuran sampel yang sesuai antara 100-200 responden, Jumlah sampel yang representatif adalah sebanyak 5 sampai 20 kali jumlah butir kuesioner atau 5 sampai 10 kali banyaknya parameter atau dengan kata lain responden dalam penelitian ini minimal sebanyak $22 \times 5 = 110$ orang responden. Sehingga sample yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 110 responden.

C. Jenis Data

jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data yang berbentuk kalimat, kata-kata, persepsi maupun berupa pendapat dan kemudian dirubah kedalam bentuk data kuantitatif berupa angka dengan jawaban yang di berikan oleh pelanggan kemudian diberi skor dengan mengacu pada pengukuran dan interval menggunakan skala likert, yaitu dengan skala teknik setuju-tidak setuju dengan mengembangkan pertanyaan/pernyataan yang menghasilkan jawaban dari sangat setuju (SS) hingga sangat tidak setuju (STS) dalam berbagai rentang nilai kemudian dianalisis melalui perhitungan statistik yaitu dengan alat analisis regresi linear berganda dan disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah dalam

menyimpulkan dari hasil data penelitian. Menurut Alni dkk (2014) data kuantitatif yaitu data yang berupa angka-angka. Sedangkan data kualitatif adalah data yang tidak berupa angka, tetapi berupa kata, kalimat, atau gambar.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan mendistribusikan kuisisioner dilapangan dengan memberikan beberapa pertanyaan-pertanyaan terkait topik yang sedang diteliti.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan yakni dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden. Responden adalah orang yang memberikan tanggapan (respons) atau, menjawab pertanyaan pertanyaan yang diajukan (Hasan, 2007).

Dalam kuesioner tersebut terdapat pertanyaan mengenai data diri responden serta pertanyaan dari indikator tiap-tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala *Likert* (1-5) yang mempunyai 5 tingkat preferensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1- 5 dengan rincian sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi bobot/skor 1
2. Tidak Setuju (TS) : diberi bobot/skor 2
3. Netral (N) : diberi bobot/skor 3
4. Setuju (S) : diberi bobot/skor 4
5. Sangat Setuju (SS) : diberi bobot/skor 5

Semakin besar jumlah nilai yang diberikan responden untuk tiap faktor, menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Definisi Operasional

Dapat dilihat pada Tabel 3.1 yaitu definisi operasional untuk penelitian ini:

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
Kualitas produk (X1)	Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk dan atributnya (Kotler dan Armstrong, 2008)	1. Kualitas produk 2. Fitur produk 3. Desain produk (Kotler dan Armstrong, 2008)
Persepsi Harga (X2)	Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa (Tjiptono, 2008)	1. Harga sesuai dengan kualitas 2. Keterjangkauan harga 3. Kesesuaian harga dengan manfaat (Tjiptono, 2008).

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
Promosi (X3)	menyatakan aktivitas promosi merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Seluruh kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan promosi yang utama adalah memberitahukan, membujuk dan mengingatkan. (Kotler, 2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sales Promotion, 2. Public Relation, 3. Personal Selling, 4. Direct marketing. (Kotler, 2008)
Distribusi (X4)	Distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan) (Tjiptono, 2008).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis 2. Mudah di jangkau 3. Suasana aman (Tjiptono, 2008).
Keputusan Pembelian (Y)	Proses keputusan pembelian merupakan suatu perilaku konsumen untuk menentukan suatu proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu produk (Kotler, 2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Penilaian alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Prilaku pasca pembelian (Kotler, 2008)

2. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014).

a. Variabel Independen

Variabel Independen (variabel bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independen adalah: Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2), Promosi (X3), Distribusi (X4).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y)

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui validitas dan reabilitas instrumen tersebut. Tujuan dari uji instrument ini untuk mengetahui kelayakan dari instrumen yang digunakan sebagai alat pengumpul data pada responden. Instrument yang layak adalah instrument yng baik, karena baik buruknya instrumen akan berpengaruh pada benar atau tidaknya dan sangat menentukan bermutu tidaknya suatu hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, Imam.2011) uji validitas digunakan sebagai untuk mengukur sah atau validnya kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur, teknik yang digunakan untuk uji validitas pada penelitian ini adalah dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi 5%. Alat pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk menguji uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson*(Produk Momen Pearson)

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu instrument dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan/pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Cronbach's alpha* diatas 0,60. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (Ghozali, Imam. 2011).

G. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mendapatkan hasil analisis yang memenuhi syarat BLUE (*best linear unbiased estimator*) atau dengan kata lain

agar hasil analisis tidak bias (Alni dkk, 2014). Beberapa pengujian asumsi klasik yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati nol.

Cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun cara tersebut tidak efektif jika jumlah sampel kecil. Dasar pengambilan keputusan adalah :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Analisis statistik pada uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *one sample kolmogorov-smirnov test*. Dalam uji *kolmogorov-smirnov* suatu data dikatakan normal jika nilai *asymptotic significant* lebih dari 0,05 (Ghozali, Imam. 2011). Dasar pengambilan keputusan dalam uji K-S adalah :

- a) Apabila probabilitas nilai Z uji K-S signifikan secara statistik maka H_0 ditolak, berarti data terdistribusi normal

- b) Apabila probabilitas nilai Z uji K-S tidak signifikan secara statistik maka H_0 diterima, yang berarti data terdistribusi normal.

Jika residual tidak normal tetapi dekat dengan nilai kritis (misalnya signifikansi *Kolmogorov-smirnov* sebesar 0,049) maka dapat dicoba dengan metode lain yang mungkin memberikan justifikasi normal. Tetapi jika jauh dari nilai normal, maka dapat dilakukan beberapa langkah yaitu: melakukan transformasi data, melakukan *trimming* data *outliers* atau menambah data observasi. Transformasi dapat dilakukan ke dalam bentuk logaritma natural, akar kuadrat, *inverse* atau bentuk yang lain tergantung dari bentuk kurva normalnya, apakah condong ke kiri, ke kanan, mengumpul di tengah atau menyebar ke samping kanan dan kiri.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi yang tinggi atau hampir sempurna antara variabel independen (Ghozali, Imam. 2011). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi yang tinggi antar variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, variabel-variabel ini tidak *orthogonal* (nilai korelasi tidak sama dengan nol).

Pendeteksian adanya multikolonieritas antar variabel independen dapat dilakukan dengan menganalisa nilai *variance inflation factor* (VIF) atau *tolerance value*. Batas dari *tolerance value* adalah 0,01 dan batas VIF adalah 10. Apabila hasil analisis menunjukkan nilai VIF dibawah 10 dan *tolerance value* diatas 0,10 maka tidak terjadi multikolonieritas.

Beberapa alternatif cara untuk mengatasi masalah multikolinieritas adalah sebagai berikut:

- 1) Mengganti atau mengeluarkan variabel yang mempunyai korelasi yang tinggi.
 - 2) Menambah jumlah observasi.
 - 3) Mentransformasikan data ke dalam bentuk lain, misalnya logaritma natural, akar kuadrat atau bentuk first difference delta.
- c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, Imam. 2011). Adanya heteroskedastisitas dalam regresi dapat diketahui dengan menggunakan beberapa cara, salah satunya uji *Glejser*. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka indikasi terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, Imam. 2011). Jika signifikansi di atas tingkat kepercayaan 5%, maka tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Beberapa alternatif solusi jika model menyalahi asumsi heteroskedastisitas adalah dengan mentransformasikan ke dalam bentuk logaritma, yang hanya dapat dilakukan jika semua data bernilai positif. Cara

lain yang dapat dilakukan adalah dengan membagi semua variabel dengan variabel yang mengalami gangguan heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Alni dkk (2014) analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pada analisis regresi linier berganda terdapat lebih dari satu variabel independen yang akan diuji.

Berikut adalah persamaan untuk regresi linier berganda :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = variabel dependen (keputusan pembelian)

b_0 = koefisien regresi

b_1 = koefisien regresi variabel X_1 (kualitas produk)

b_2 = koefisien regresi variabel X_2 (persepsi harga)

b_3 = koefisien regresi variabel X_3 (promosi)

b_4 = koefisien regresi variabel X_4 (distribusi)

X_1 = kualitas produk

X_2 = persepsi harga

X_3 = promosi

X_4 = distribusi

e = eror

a. Uji F

Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel, apabila nilai F hitung lebih besar daripada F tabel dengan tingkat signifikansi (α) kurang dari 0,05, maka model yang digunakan layak, demikian pula sebaliknya (Ghozali, Imam. 2011).

b. Uji t

Uji t atau uji parsial digunakan untuk menguji pengaruh X (variabel independen) secara parsial terhadap Y (variabel dependen). Uji statistik t (Uji t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, Imam. 2011). Dalam pengolahan data pengaruh secara individual ditunjukkan dari nilai signifikan uji t. Jika nilai signifikan uji t < 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan, keputusan investasi terhadap nilai perusahaan, pengaruh keputusan pendanaan terhadap nilai perusahaan, pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

c. Uji Determinasi (R^2)

Determinasi (R^2) adalah perbandingan antara perbandingan antara variasi Y yang dijelaskan oleh X_1 dan X_2 secara bersama – sama dibanding dengan variasi total Y. jika selain X_1 dan X_2 semua variabel diluar model yang diwadahi dalam E dimasukkan ke dalam model, maka nilai R^2 akan bernilai 1. Ini berarti seluruh variasi Y dapat dijelaskan oleh variabel penjelas yang dimasukkan ke dalam model. Contoh jika variabel dalam model hanya menjelaskan 0,4 maka berarti sebesar 0,6 ditentukan oleh variabel diluar model, nilai diperoleh $R^2 = 0,4$.

Tidak ada ukuran yang pasti berapa besarnya R^2 untuk mengatakan bahwa suatu pilihan variabel sudah tepat. Jika R^2 semakin besar atau mendekati 1, maka model makin tepat. Untuk data survey yang berarti bersifat *cross section* data yang diperoleh dari banyak responden pada waktu yang sama, maka nilai $R^2 = 0,2$ atau 0,3 sudah cukup baik.

Semakin besar n (ukuran sampel) maka nilai R^2 cenderung semakin lebih kecil. Sebaliknya dalam data runtun waktu (*time series*) dimana peneliti mengamati hubungan dari beberapa variabel pada suatu alat analisis (perusahaan atau Negara) pada beberapa tahun, maka R^2 akan cenderung besar. Hal ini disebabkan variasi data yang relatif kecil pada data runtun waktu yang terdiri dari satu unit alat analisis saja.