

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) objek penelitian adalah suatu atribut dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Objek penelitian ini adalah smartphone OPPO.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah tempat dimana data untuk variabel penelitian diperoleh (Arikuntoro, 2010). Subjek penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan smartphone OPPO.

B. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diambil dari pihak pertama, karena peneliti mendapatkan data dengan menyebarkan kuisioner kepada responden (Sugiyono, 2015). Data primer diperoleh dari hasil pengisian diperoleh dari hasil pengisian kuisioner yang dilakukan penelitian kepada masyarakat Yogyakarta yang membeli dan menggunakan produk Smartphone OPPO.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang membentuk peristiwa, hal atau orang yang membentuk karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006), populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk smartphone OPPO.

Sampel penelitian ini adalah menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2015) *purposive sampling* adalah metode penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria yang diambil dari sampel adalah masyarakat Yogyakarta yang pernah membeli dan menggunakan produk smartphone OPPO.

Jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 105 responden. Jumlah tersebut didapat dari teknik ukuran sampel yang dijelaskan oleh Ferdinand (2006) yakni ukuran sampel penelitian menggunakan 5 sampai 10 kali jumlah indikator. Jumlah indikator pada penelitian ini sebanyak 21 indikator, maka jika dikalikan 5 jumlah indikator akan diperoleh $5 \times 21 = 105$ responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2015) adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei menggunakan kuisioner. Penelitian dilakukan dengan metode survei dengan memberikan kuisioner kepada konsumen yang pernah membeli dan

menggunakan produk smartphone OPPO. Dengan mengajukan beberapa pertanyaan seputar topik penelitian dan secara langsung diberikan kepada responden dengan kriteria yang telah ditetapkan.

Pengambilan data penelitian menggunakan kuisisioner untuk mengumpulkan data, dan skala yang digunakan di sebut dengan skala likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

1. Sangat Setuju : 5
2. Setuju : 4
3. Netral : 3
4. Tidak Setuju : 2
5. Sangat Tidak Setuju : 1

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2007). Menurut Sugiyono (2015) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan di tarik kesimpulannya. Ada dua jenis variabel dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Biasa juga disebut variabel stimulus karena variabel ini mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun negatif.

Variabel independen biasanya dilambangkan dengan huruf X. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Persepsian (X1), Citra Merek (X2), Persepsi Harga (X3) dan Promosi (X4).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen juga biasa di sebut variabel terikat. Variabel dependen biasanya dilambangkan dengan huruf Y. Variabel dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Sumber
Kualitas Persepsian (X1)	Menurut (Kotler dan Amstrong, 2013) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.	1. Daya tahan produk 2. Kesesuaian produk 3. Kemudahan penggunaan 4. Kelengkapan produk	Setiawan (2015)
Citra Merek (X2)	Menurut Tjiptono (2011), brand image atau brand description yakni deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.	1. Atribut 2. Manfaat 3. Nilai 4. Pemakaian	Ong (2013)

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Sumber
Persepsi Harga (X3)	Menurut Rangkuti (2008) yaitu biaya relatif yang harus konsumen keluarkan untuk memperoleh produk atau jasa yang ia inginkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Persaingan harga terhadap produk sejenis 3. Asumsi harga konsumen 4. Harga sebagai indikator kualitas 	Charlie (2015)
Promosi (X4)	Promosi adalah cara mengkomunikasikan informasi tentang produk mereka (perusahaan) dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya (Peter J.P dan Olson J.C 2000)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan TV, Brosur 2. Diadakannya SPG 3. Potongan Harga 4. Produk bersama hadiahnya 	Charlie (2015)
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler dan Armstrong (2010) keputusan pembelian merupakan proses keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan membeli salah satu produk diantara berbagai macam alternatif pilihan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan untuk membeli 2. Pertimbangan dalam dalam membeli produk 3. Rekomendasikan produk 4. Kebiasaan dalam membeli produk 5. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk 	Setiawan (2015)

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *pearson correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor (Ghozali, 2009). Valid atau tidaknya suatu instrumen dapat di ketahui dengan indeks sebagai berikut:

- a. Apabila taraf signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid
- b. Apabila taraf signifikansi $\geq 0,05$ maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pada pengujian ini, peneliti menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan sebesar 0,6 dimana jika nilai Cronbach Alpha dari suatu variabel $> 0,6$ maka butir pertanyaan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai dan sebaliknya, apabila nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel $\leq 0,6$ maka reliabilitasnya kurang memadai (Sekaran, 2006).

G. Uji Analisis Data dan Hipotesis

1. Analisa Data

Metode Analisis data adalah Regresi Linear Berganda . Regresi Linear Berganda di gunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2011). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yakni Kualitas Persepsian (X1), Citra Merek (X2), Persepsi Harga (X3) dan Promosi (X4) terhadap variabel terikat yakni Keputusan Pembelian (Y), dengan model regresi sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

X1 : Kualitas Persepsian

X2 : Citra Merek

X3 : Persepsi Harga

X4 : Promosi

b1, b2, b3 : koefisien regresi

e : kesalahan pengganggu (error)

2. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji hipotesis pertama menggunakan pengujian dengan uji signifikansi simultan (Uji F). Uji F digunakan untuk mengetahui

pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Signifikansi berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikasinya beragam, tergantung keinginan peneliti. Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom *sig.* menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05), jika probabilitas $< 0,05$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikansi secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen, (Ghozali, 2011).

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji hipotesis kedua, ketiga, keempat dan kelima menggunakan pengujian dengan uji signifikansi pengaruh parsial (Uji t). Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t ini dapat diketahui dengan cara melihat p value pada uji t. Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2011).

Kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Signifikan apabila $p \text{ value} < \alpha$ (0,05), ini berarti ada pengaruh secara parsial antara variabel independen dan variabel dependen.

- 2) Tidak signifikan apabila $p \text{ value} \geq \alpha (0,05)$, ini berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen dan variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinan adalah antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan varian variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memperdikisi variabel-variabel dependen. Secara umum koefisien determinan untuk data silang (R^2) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing nilai koefisien determinasi yang tinggi. Dalam kenyataan nilai adjusted R^2 dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif.

Menurut Ghozali (2009) jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap bernilai nol. Secara matematis jika $R^2=1$, maka adjusted $R^2= R^2= 1$, sedangkan jika $R^2=0$, maka adjusted $R^2= (1-k)/(n-k)$. Jika $k.1$, maka adjusted R^2 akan negatif