

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012), pengertian obyek penelitian yaitu suatu atribut, sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Subjek merupakan target populasi yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2012).

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang digunakan adalah *smartphone* Xiaomi di kota Yogyakarta. Sedangkan yang menjadi subjek dari penelitian ini yaitu masyarakat yang pernah melakukan pembelian *smartphone* Xiaomi di kota Yogyakarta.

B. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2012) sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Penelitian ini menggunakan jenis data primer, data primer adalah data yang dikumpulkan dan disusun untuk penelitian yang dilakukan. Data primer ini berupa data identitas dan tanggapan dari responden yang akan dijawab langsung oleh responden mengenai penelitian ini yang berjudul “Analisis pengaruh desain produk, kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap

keputusan pembelian (studi pada pengguna *smartphone* Xiaomi di Kota Yogyakarta)''.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2012), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah teknik *non-probability sampling*, dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan yang dikehendaki (Sugiyono, 2012). Pengambilan sampel yaitu ukuran sampel tergantung pada jumlah seluruh indikator dikalikan lima sampai dengan sepuluh (Ferdinand, 2006).

Dalam penelitian ini digunakan ukuran sampel yaitu dengan mengalikan jumlah seluruh indikator (15 indikator x 7 = 105). Sehingga dalam penelitian ini kuisioner dibagikan pda 105 responden secara langsung yaitu orang yang melakukan pembelian dan menggunakan *smartphone* merek Xiaomi. Terdapat beberapa kriteria yang digunakan seebagai syarat untuk menjadi sample, yaitu:

1. Responden laki-laki maupun perempuan berumur lebih dari 17 tahun yang menggunakan produk *smartphone* Xiaomi di Kota Yogyakarta.
2. Responden yang pernah melakukan pembelian *smartphone* Xiaomi di Kota Yogyakarta minimal 6 bulan terakhir.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2012), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Berdasarkan pernyataan tersebut maka kuesioner akan diberikan kepada para pengguna *smartphone* Xiaomi di Kota Yogyakarta untuk diisi dan dimintai keterangan. Cara pengumpulan data dilakukan dengan prosedur sebagai berikut :

1. Responden diberi kuesioner kemudian diminta untuk mengisi
2. Menunggu responden mengisi sambil diberikan penjelasan apabila responden belum jelas terhadap apa yang mereka baca.
3. Setelah responden mengisi kuesioner, maka kuesioner tersebut dikumpulkan, ditabulasi, diolah, dianalisis dan disimpulkan.

Skala yang akan digunakan dalam kuesioner adalah skala likert 5 poin dengan kriteria sebagai berikut :

- | | |
|---------|-----------------------|
| 1 = SS | (Sangat Tidak Setuju) |
| 2 = S | (Tidak Setuju) |
| 3 = KS | (Kurang Setuju) |
| 4 = TS | (Setuju) |
| 5 = STS | (Sangat Setuju) |

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Uma Sekaran (2011), mendefinisikan tentang variabel bebas adalah variabel yang mengambil variabel terikat, baik secara positif maupun secara negatif. Jika terdapat variabel bebas, variabel terikat pun akan hadir, dan dengan setiap unit kenaikan dalam variabel bebas, terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel terikat. Variabel lain yaitu variabel dependent atau variabel terikat yang merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti.

Dalam penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel yakni, variabel dependen, variabel intervening dan variabel independen. Variabel dependen yang digunakan adalah keputusan pembelian, sedangkan variabel intervening yang digunakan adalah citra merek dan variabel independen yang digunakan adalah desain produk, kualitas produk dan persepsi harga.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Desain Produk	Desain produk merupakan totalitas fitur yang akan mempengaruhi sebuah tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan (Kotler dan Keller, 2012).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variasi warna smartphone Xiaomi. 2. Variasi model smartphone Xiaomi. 3. Desain smartphone Xiaomi. <p>(Reven dan Ferdinand, 2017)</p>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas Produk	Kualitas produk adalah Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. (Kotler dan Armstrong, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenyamanan smartphome Xiaomi. 2. Smartphone tahan lama. 3. Bahan smartphome memuaskan. (Reven dan Ferdinand, 2017)
Persepsi Harga	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. (Kotler dan Keller, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga sesuai kualitas smartphome. 2. Harga terjangkau. 3. Kesesuaian harga produk dengan manfaat. (Reven dan Ferdinand, 2017)
Citra Merek	Semua perusahaan akan berusaha menciptakan citra merek yang bai dan kuat dengan menciptakan suatu merek yang seunik mungkin dan dapat menguntungkan (Kotler dan Keller, 201).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek terkenal 2. Merek terpercaya 3. Reputasi merek baik. (Reven dan Ferdinand, 2017)
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah semua pengalaman dalam pembelajaran, pemilihan, penggunaan, dan bahkan pembuangan produk. Dalam suatu proses pembelian, konsumen tidak hanya membeli dan memilih produk yang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pembelian 2. Membeli tanpa pertimbangan 3. Berani mengambil resiko pembelian (Reven dan Ferdinand, 2017)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
	mereka inginkan (Kotler dan Keller, 2012).	

F. Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen digunakan untuk menguji terlebih dahulu angket dalam penelitian tersebut. Uji kualitas instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian benar-benar merupakan hasil yang baik. Baik buruknya suatu instrumen akan berpengaruh pada benar atau tidaknya data dan nantinya sangat menentukan bermutu atau tidaknya hasil penelitian. Uji kualitas instrumen dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas suatu instrumen tersebut, sehingga dapat diketahui layak atau tidaknya apabila digunakan untuk pengumpulan.

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2011), uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu instrumen atau daftar pertanyaan dalam kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan tersebut dapat mengukur apa yang ingin diukur. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.. Kuesioner dikatakan valid jika memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ (5%). Alat untuk mengukur validitas adalah *correlation product moment*, instrument dinyatakan valid jika nilai signifikan $< 5\%$ atau

sig. $< \alpha = 0,05$ (Sugiyono, 2012). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social*).

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode internal consistency dan kriteria yang digunakan adalah one shot, artinya satu kali pengukuran saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lainnya dengan kata lain mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). *Cronbach Alpha* (α) adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Suatu konstruk dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$ (Sekaran, 2013).

Uji Reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun sebaiknya uji reliabilitas dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel.

3. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif dilakukankan untuk mengetahui besarnya nilai rata-rata dari masing-masing indikator pada setiap variabel yang diujikan dalam

penelitian. Menurut Sugiyono (2012), menyatakan bahwa statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Hal-hal yang termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, serta perhitungan presentase.

G. Analisis Dan Uji Hipotesis

1. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Dalam penelitian ini, alat yang digunakan untuk melakukan analisis data yaitu dengan menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Menurut Ghozali (2011), menyatakan bahwa analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh variabel mediasi. Berikut ini terdapat langkah-langkah untuk mengetahui apakah pengaruh dari variabel mediasi diterima atau ditolak, yaitu :

- a. Merumuskan persamaan regresi linear berganda yang pertama, yaitu antara variabel independen dengan variabel mediasi.
- b. Merumuskan persamaan regresi linear berganda yang kedua, antara variabel independen dan variabel mediasi dengan variabel dependen.
- c. Melakukan pengujian pengaruh mediasi dengan menggunakan uji sobel. Pengaruh mediasi akan diterima jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan taraf signifikansi 5%.

2. Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2011), menyatakan bahwa uji parsial (Uji t) merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individu dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hipotesis akan diterima jika nilai signifikansi <0.05 dan koefisien regresi searah dengan hipotesis.

b. Uji Sobel (Pengujian Mediasi)

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan nama uji sobel. Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel X ke variabel Z apabila melalui variabel Y. Pengaruh tidak langsung variabel X ke Variabel Z apabila melalui Y dihitung dengan cara mengalikan jalur variabel X ke Y (a) dengan jalur variabel Y ke variabel Z (b) atau jalur ab . Jadi, koefisien $ab = (c'-c)$, dimana c adalah pengaruh

variabel X terhadap variabel Z tanpa mengontrol variabel Y, sedangkan c' merupakan koefisien pengaruh variabel X terhadap variabel Z setelah mengontrol variabel Y. Standar error koefisien a dan b ditulis dengan S_a dan S_b dan besarnya standar error tidak langsung adalah S_{ab} yang dihitung dengan rumus :

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 S_b^2}$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung maka nilai t dari koefisien ab dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{S_{ab}}$$

Keterangan :

S_{ab}	=	Besarnya standar error tidak langsung
S_a	=	Standar error koefisien a
S_b	=	Standar error koefisien b
a	=	Koefisien jalur X terhadap Y
b	=	Koefisien jalur Y terhadap Z
ab	=	Perkalian antara koefisien jalur X terhadap Y (a) dan koefisien jalur Y terhadap Z (b)

d. Uji Determinasi R^2

Menurut Ghazali (2011), uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur prosentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai adjusted R^2 dimana untuk menginterpretasikan besarnya nilai

koefisien determinasi harus diubah kedalam bentuk persentase (%). Kemudian sisa dari total (100%) yang artinya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Dasar pengambilan keputusan nilai $R^2 < 0,10$ (Buruk Ketepatannya), nilai $R^2 0,11- 0,30$ (Rendah Ketepatannya), nilai $R^2 0,31- 0,50$ (Cukup Ketepatannya), dan nilai $R^2 > 0,50$ (Tinggi Ketepatannya).