

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Objek/Subjek Penelitian**

Objek yaitu sesuatu yang menjadi sasaran peneliti untuk mendapatkan data yang diteliti (Sekaran, 2006). Dalam penelitian ini, yang dijadikan sebagai objek yaitu “Batik Kulon Progo”. Sedangkan subjek yaitu individu yang dijadikan sebagai sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data (Sekaran, 2006). Subjek penelitian ini yaitu konsumen batik Kulon Progo.

#### **B. Jenis Data**

Data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) data kuantitatif merupakan data dalam bentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan. Berdasarkan sumbernya data dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang didapat secara langsung dari sumbernya. Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuisioner pada masyarakat yang pernah membeli “Batik Kulon Progo” berupa data mentah dalam bentuk Skala Likert.

#### **C. Teknik Pengambilan Sampel**

Sampel yaitu bagian dari populasi yang diambil melalui cara tertentu dan juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, serta lengkap yang dianggap dapat mewakili populasi. Sampel penelitian bisa dapat dikatakan baik apabila kesimpulannya bisa dikenakan pada populasi, yaitu sampel yang representatif atau dapat menggambarkan karakteristik populasi.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability* sampling. *Non-probability* sampling merupakan pemilihan sampel secara tidak acak maksudnya teknik ini tidak memberi kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2011). Jenis *non-probability* sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*, teknik ini didasarkan pada ciri-ciri atau sifat tertentu yang mempunyai sangkut paut dengan ciri-ciri populasi yang sudah ditetapkan sebelumnya. (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini ciri-ciri populasinya yaitu konsumen yang pernah membeli batik di Kulon Progo, konsumen yang berumur diatas 20 tahun, serta pernah melihat promosi batik Kulon Progo.

Rescoe dalam Sekaran (2006) memberi acuan umum untuk menentukan ukuran sampel  $> 30$  dan  $< 500$  adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Menurut Green (Sugiarto dan Sugiharto, 2013) cara untuk mengetahui sampel dalam penelitian regresi yaitu menggunakan rumus  $50 + 8n$ , dimana  $n$  jumlah variabel dalam penelitian. Misalnya dalam penelitian ini ada 5 variabel, maka jumlah sampelnya adalah  $50 + 8(5) = 90$ . Mengacu teori tersebut dalam penelitian ini sampel yang harus diambil minimal 90.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada masyarakat yang pernah membeli “Batik Kulon Progo”. Menurut Sekran (2006) kuisisioner merupakan daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang nantinya akan dijawab oleh

responden, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Dalam penelitian ini kuisisioner dalam bentuk Skala Likert. Skala tersebut dirancang untuk mengukur seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju terhadap sebuah pernyataan. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert**

No	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

#### **E. Definisi Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2015) variabel yaitu segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh suatu informasi tentang hal tersebut, kemudian diambil kesimpulannya. Dalam penelitian ini ada dua macam variabel yaitu variabel independen (bebas), dan variabel dependen (terikat). Variabel independen meliputi desain produk, persepsi kualitas produk, persepsi harga, promosi sedangkan variabel

dependen (terikat) yaitu keputusan pembelian. Berikut definisi operasional dari masing-masing variabel:

#### 1. Variabel Independen

##### a. Desain Produk (X1)

Desain yaitu totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen (Kotler, 2012). Indikator desain produk dari penelitian ini menurut Rachman (2014) dan Farhan (2015) yaitu :

- 1) Variasi warna beragam
- 2) Desain up to date
- 3) Variasi model pakaian beragam

##### b. Persepsi Kualitas Produk (X2)

Persepsi kualitas produk merupakan keseluruhan fitur produk yang berkaitan dengan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen (Jahansani et. al 2014). Dalam penelitian ini adapun indikator persepsi kualitas produk menurut Jakpar et, al, 2012 dan Megarita 2014 antarlain:

- 1) Kenyamanan
- 2) Ketahanan
- 3) Bahan memuaskan

##### c. Persepsi Harga (X3)

Menurut Peter dan Olson (2014) menyatakan bahwa persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami oleh

konsumen dan memberikan makna bagi mereka. Dalam penelitian ini indikator persepsi harga menurut (Kotler dan Amstrong, 2012) yaitu :

- 1) Harga terjangkau
- 2) Harga sesuai dengan kualitas
- 3) Harga bersaing
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

d. Promosi (X4)

Promosi yaitu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang bertujuan untuk menonjolkan keistimewaan produk dan sebagai bujukan konsumen supaya konsumen tertarik untuk membeli. Adapun indikator promosi menurut (Kotler dan Keller, 2008) yaitu :

- 1) Periklanan
- 2) Tenaga penjualan
- 3) Hubungan kemasyarakatan
- 4) Pemasaran langsung

2. Variabel Dependen

a. Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Keputusan akhir konsumen dalam membeli produk yang terbentuk dari serangkaian tahap aktivitas perilaku prapembelian.(Djarmiko dan Pradana, 2016). Indikator menurut AghekyanSimonian et. al., 2012 dan Djarmiko dan Pradana, 2016 yaitu :

- 1) Kemantapan pembelian
- 2) Membeli Tanpa Pertimbangan
- 3) Berani Mengambil Risiko Pembelian

## F. Uji Kualitas Instrumen

### 1. Uji validitas

Uji validitas yaitu untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut. Teknik yang digunakan dalam uji validitas yaitu dengan menggunakan koefisien korelasi *pearson correlation*. Data dapat dikatakan valid apabila tingkat signifikansinya berada  $< 0,05$  (Ghozali, 2016).

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian untuk menunjukkan sejauh mana dan konsistensi dari alat pengukur yang kita gunakan, sehingga dapat memberikan hasil yang relative konsisten atau stabil apabila pengukuran tersebut di ulangi. Uji reliabilitas diukur dengan uji statistic *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,70$  (Ghozali, 2016).

## G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

### 1. Uji Regresi Linear Berganda

Untuk menganalisa data dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisa regresi berganda yaitu untuk membuktikan sejauh mana hubungan yang diperkirakan antara variabel X dan variabel Y, dari analisa ini dapat diperoleh model matematika hubungan antar kedua variabel tersebut dengan persamaan regresi sebagai berikut : (Ghozali, 2011)

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Desain Produk

$X_2$  = Persepsi Kualitas Produk

$X_3$  = Persepsi Harga

$X_4$  = Promosi

e = *error*

## 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Analisis koefisien determinasi yaitu antara 0 – 1. Nilai  $R^2$  yang kecil dapat diartikan bahwa variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Apabila nilai  $R^2$  mendekati satu maka variabel-variabel independen memberikan hampir dari semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan *Adjusted-R<sup>2</sup>* karena nilai *Adjusted-R<sup>2</sup>* bisa naik dan turun apabila variabel independen ditambahkan kedalam model. Semakin tinggi nilai dari *Adjusted-R<sup>2</sup>* maka akan semakin tinggi variable independen dapat menjelaskan variasi variable dependen (Ghozali, 2016).

### 3. Uji Simultan (F)

Pada dasarnya uji F menunjukkan apakah dari semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama - sama terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikan 5%. Penolakan hipotesis mengacu pada nilai probabilitas signifikan. Apabila nilai probabilitas signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima atau didukung, artinya model regresi yang dipakai bisa memprediksi variabel independen dan sebaliknya (Ghozali, 2016).

### 4. Uji Parsial (t)

Uji t pada dasarnya untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari satu variabel penjelas dan independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen secara signifikan. Apabila probabilitas signifikan  $< 0,05$  maka variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individual. (Ghozali, 2016).

