

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek/Subjek Penelitian

Objek penelitian menurut Sugiyono (2012) adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid, dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu). Subjek adalah satu anggota dari sampel (Sekaran, 2013). Objek dari penelitian ini adalah produk handphone merk Zenfone ASUS, dimana saat ini banyak yang menggunakan produk handphone merk Zenfone ASUS. Subyek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

A. Jenis data

Pengumpulan data menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Menurut Sanusi (2011) data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui kuesioner dilapangan. Data primer umumnya adalah dimulai dari masalah penelitian, variabel, yang terkandung dalam rumusan masalah dielaborasi, kemudian dicari datanya melalui butir-butir pertanyaan yang disusun dari hasil elaborasi variable tersebut.

B. Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling*, dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Jadi sampel berdasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu (Sanusi, 2011). Sedangkan pertimbangan yang digunakan dalam pemilihan kriteria sampel adalah mahasiswa UMY yang sudah pernah melakukan keputusan pembelian handphone Zenfone ASUS.

Menurut teori Roscoe (1975) dalam Sugiyono (2008) jumlah sampel telah memenuhi persyaratan yang ideal yang harus dipenuhi dalam alat analisis regresi linier berganda, jika jumlah populasi tidak diketahui dengan jelas, yaitu ditentukan dari sepuluh kali jumlah variabel. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah empat variabel, sehingga dikalikan sepuluh maka minimal jumlah sampel yang harus diteliti adalah 40. Jadi, sampel berjumlah 100 orang yang diteliti oleh peneliti telah memenuhi syarat yang ditentukan minimal (Sugiyono, 2008)

C. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dengan survei menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden. Responden adalah orang yang memberikan tanggapan, atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan (Hasan, 2002). Dalam kuesioner terdapat

pertanyaan mengenai identitas 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.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

- a. Menurut Sugiyono (2012) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah penelitian ini adalah Inovasi Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga
- b. Menurut Sugiyono (2012) variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat atau variabel dependen (Y), dalam penelitian ini adalah keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Zenfone ASUS

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian	Definisi	Indikator
Inovasi produk (X1)	Inovasi produk adalah produk, jasa, ide, dan persepsi yang baru dari seseorang. (Kotler, 2012)	1. Perubahan desain 2. Inovasi teknis 3. Pengembangan produk (Thomas W. Zimmerer, 2008)
Citra merek (X2)	<i>Brand image</i> adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut. (kotler, 2012)	1. Terpercaya / dapat diandalkan 2. Merek mempertinggi citra diri penggunanya 3. Memiliki perbedaan dari merek yang lain (Ferrinadewi, 2008)
Persepsi Harga (X3)	Persepsi harga yaitu proses dimana individu memilih, mengatur dan menafsirkan stimuli ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia (Schiffman dan Kanuk, 2010)	1. Harga sesuai dengan kualitas 2. Keterjangkauan harga 3. Kesesuaian harga dengan manfaat (Tjiptono, 2011).
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan tindakan konsumen dalam membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Kotler, 2012)	1. Prioritas pembelian pada produk tersebut. 2. Sesuai kebutuhan 3. Pencarian Informasi (Basu Swasta , 2011)

E. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui sah tidaknya instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti (Ghozali, 2011).

Uji validitas digunakan untuk menguji kualitas dari kuesioner. Kuesioner yang baik adalah kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Menurut Kuncoro (2003) Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* dengan taraf signifikan 5%. Uji validitas ini menggunakan program SPSS. Kriteria perhitungan sebagai berikut:

- a. Jika $P \text{ value} \leq 0,05\% (5\%)$, maka pertanyaan dinyatakan valid
- b. Jika $P \text{ value} \geq 0,05\% (5\%)$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan handal atau reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode *internal consistency*.

Kriteria yang digunakan dalam uji ini adalah *One Shot*, artinya satu kali pengukuran saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lainnya atau 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 (Sekaran, 2013). Suatu konstruk dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach Alpha (α)* $> 0,60$.

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.

F. Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Analisis Data

a. Uji Prasyarat Analisis Regresi (Uji Asumsi Klasik)

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda untuk menganalisis data. Sebelum dilakukan analisis regresi linier

berganda, perlu dilakukan uji asumsi klasik. Apabila uji asumsi klasik terpenuhi, maka analisis regresi linier berganda dapat dilakukan.

1). Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF & Tolerance Value masing-masing variabel independen. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas yaitu:

- a) Nilai *Tolerance Value* $< 0,10$ dan *VIF* > 10 (terjadi multikolinieritas).
- b) Nilai *Tolerance Value* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 (tidak terjadi multikolinieritas).

2) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2011) uji heterokedastisitas digunakan untuk melakukan pengujian apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak

terjadi heterokedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidak gejala heterokedastisitas yaitu:

- a) Jika nilai signifikan variabel independen $< 0,05$ maka terjadi heterokedastisitas.
- b) Jika nilai signifikan variabel independen $> 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3). Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat antara keduanya memiliki distribusi yang normal/tidak. Model regresi yang baik harus memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Ghazali, 2011). Uji normalitas pada penelitian dapat menggunakan uji statistik non parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K-S). Untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat diantara keduanya memiliki distribusi normal atau tidak dengan menggunakan Uji K-S dapat dilakukan sebagai berikut:

- a) Jika nilai Asymp. Sig. (2 – tailed) $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai Asymp. Sig. (2 – tailed) $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara inovasi produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian handphone zenfone merek ASUS. Model regresi menurut Ghozali (2011) sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e$$

Keterangan : Y = keputusan pembelian

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi variable Independen

X1 = Inovasi produk

X2 = Citra merek

X3 = Persepsi harga

e = Error

2. Hasil Uji Signifikasi Simultan (uji statistik F)

Menurut Ghozali (2011), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Signifikan apabila $p \text{ value} < \alpha (0,05)$, berarti ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Tidak signifikan apabila $p \text{ value} \geq \alpha (0,05)$, berarti tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t statistik untuk menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel tidak bebas secara parsial dengan mengasumsikan bahwa variabel lain dianggap konstan. Adapun tahap pengujiannya adalah :

- a) Nilai Signifikan $>0,05$ artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Maka hipotesis ditolak karena koefisien regresi tidak signifikan.
- b) Nilai Signifikan $\leq 0,05$ artinya variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Maka hipotesis diterima karena koefisien regresi signifikan

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2011) Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur prosentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi dapat dilihat dari

nilai *adjusted R²* 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):