

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2007, hlm. 6-7) metode kuantitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan untuk mengkaji pada populasi atau sampel tertentu. Metode penelitian ini disebut juga metode ilmiah karena bersifat nyata, berdasarkan pengalaman, logis dan tertata. Metode ini menggunakan data-data angka yang kemudian diuraikan menggunakan uji statistik. Peneliti terlebih dulu mengumpulkan teori-teori sebagai variabel yang berkaitan dengan teori yang terdahulu kemudian membagikan kuesioner untuk mengukur variabel citra merek, komunikasi dari mulut ke mulut secara online, harga dan garansi sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif dengan metode survey, metode ini digunakan untuk mendapatkan data dari tempat yang telah ditentukan yang ilmiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan dalam pengumpulan data, seperti misalnya dengan membagikan kuesioner, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2009, hlm. 6).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun lokasi penelitian dilaksanakan di

Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang beralamat di Jl. Jendral Ahmad Yani KM 4,5. Lokasi ini dipilih karena sebelumnya peneliti telah melakukan observasi sederhana dan menemukan masalah yang menarik untuk dikaji, kemudian membuat rumusan masalah yang akan diteliti. Dan juga lokasi ini dekat dengan domisili peneliti, sehingga lebih mudah akses untuk melakukan penelitian lebih dalam masalah yang akan dikaji.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin dengan kriteria mahasiswa aktif dan merupakan pengguna *smartphone*. Sedangkan objek penelitian menurut Sugiyono (2012, hlm. 38) adalah sebuah data, sifat, nilai orang, objek atau kegiatan yang memiliki ciri tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa objek penelitian adalah sesuatu yang akan diteliti dengan cara mendapatkan data dengan tujuan tertentu dan akan ditarik kesimpulan. Adapun objek pada penelitian ini adalah variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan kumpulan dari seluruh bagian yang sama tetapi dapat dibedakan dengan yang lainnya karena ciri yang dimiliki. Perbedaan ciri tersebut

dikarenakan adanya nilai keistimewaan berbeda yang dipilih oleh peneliti kemudian ditarik sebagai kesimpulan (Sugiyono, 2011, hlm. 80). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif UIN Antasari Banjarmasin yang berjumlah 12.181 orang (Rekapitulasi Mahasiswa Aktif 2020/2021).

2. Sampel

Sampel adalah sebagian jumlah dan karakter yang dimiliki oleh populasi. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan tujuan tertentu yang dilakukan secara sengaja (Sugiyono, 2013, hlm. 116-122). Seseorang dipilih sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa orang tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya.

Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Slovin. Berdasarkan jumlah sampel Rumus Slovin yang digunakan adalah:

$$= \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah seluruh anggota populasi

e = Tingkat kesalahan (batas kesalahan yang ditoleransi 10% atau 0,1)

Sebagaimana jumlah pada sampel dalam penelitian maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$= \frac{12.181}{1+12.181(0,1^2)}$$

$$= \frac{12.181}{12,182 (0,01)}$$

$$= \frac{12.181}{12,182}$$

$$= 99,185734060$$

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh, maka besar jumlah sampel atau nilai n adalah 99,185734060 sehingga dapat dibulatkan menjadi n=100.

E. Data dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bersumber dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden. Pengumpulan data dilakukan dengan pembagian kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan dan pertanyaan yang ada hubungannya dengan penelitian tentang citra merek, komunikasi dari mulut ke mulut, harga, garansi dan keputusan pembelian *smartphone*, kemudian kuesioner disebarakan melalui *google form* dan diisi oleh responden secara online.

2. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini ialah pihak-pihak yang berkaitan dan dijadikan sampel dalam penelitian, yaitu para konsumen atau yang menggunakan *smartphone* pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

F. Metode Pengumpulan Data

Agar peneliti memperoleh data dan informasi yang tepat, maka peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* yaitu metode

yang digunakan untuk menilai sikap, tanggapan dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap keadaan sosial. Dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dapat dijadikan titik tolak untuk menyusun metode pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab responden (Riduwan & H.Sunarto, 2014, hlm. 21-22).

Adapun untuk perhitungan dari jawaban kuesioner menggunakan skala *likert* sebagai berikut:

Tabel 3.1 Pengukuran Skala *Likert*

Pernyataan	Bobot
Sangat setuju / SS	5
Setuju /S	4
Netral	3
Tidak setuju / TS	2
Sangat tidak setuju /STJ	1

G. Tahapan Penelitian

Sesuai dengan prosuder pengumpulan data, setelah berhasil menentukan jumlah responden yang diperlukan, pencarian data dimulai dengan menyebarkan kuesioner yang telah disusun dan diuji sebelumnya yang kemudian dibagikan kepada responden (mahasiswa). Data primer yang dibutuhkan oleh peneliti berupa pernyataan, tanggapan dan penilaian dari responden, selanjutnya peneliti akan memperoleh data secara keseluruhan baru diolah hasil akhir.

H. Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian ini menggunakan variabel dependen (variabel terikat) yaitu keputusan pembelian (Y) dan variabel independen (variabel bebas) yaitu citra merek (X1), komunikasi dari mulut ke mulut secara online (X2), harga (X3) serta garansi (X4).

Adapun variabel dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 3.2 Indikator Variabel

No	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Citra Merek (Kotler, 2005:82)	1. Mudah Dikenali 2. Reputasi Yang Baik 3. Mudah Diingat	<i>Likert</i>
2	Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Secara Online (Jalivland & Samiei, 2012:460-476)	1. <i>Platform assistance</i> (penyedia bantuan) 2. <i>Concern for other</i> (perhatian pada konsumen lain) 3. <i>Expressing positive emotion</i> (mengekspresikan pengalaman baik) 4. <i>Advise seeking</i> (mencari nasehat)	<i>Likert</i>
3	Harga (Subagyo, 2010:184)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat 3. Daya Saing Harga	<i>Likert</i>
4	Garansi (Pasaribu, 1996:43-45)	1. Sesuai Dan Pasti 2. Tidak Rumit Dan Mudah Dipahami 3. Keunggulan perusahaan Dapat Dipercaya Maupun Layanan Garansi	<i>Likert</i>
5	Keputusan Pembelian (Kotler & Keller, 2000: 184)	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian	<i>Likert</i>

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2011, hlm. 52) uji validitas digunakan untuk mengukur benar tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner bisa mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Valid tidaknya suatu pertanyaan bisa dilihat dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, data dikatakan valid jika r -hitung lebih besar dari r -tabel (r -hitung $>$ r -tabel), tetapi jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka dinyatakan tidak valid (r -hitung $<$ r -tabel).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap sebuah pertanyaan yang sama diperoleh hasil yang *relative* sama artinya mempunyai konsistensi. Nilai reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha*. Reabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60. Jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60 maka dinyatakan *reliabel*. Tetapi jika nilai *Cronbach Alpha* $<$ 0,60 maka dinyatakan tidak *reliabel* (Ghozali, 2019, hlm. 48).

2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2011, hlm. 147) tujuan uji normalitas adalah apakah pada model regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) mempunyai hubungan atau tidak. Pada penelitian ini

menggunakan metode yang *reliable* (handal) untuk menguji data distribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov guna mengetahui apakah ada pelanggaran asumsi normalitas. Aturan Kolmogorov-Smirnov adalah:

- 1) Jika probabilitas Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$ maka residualnya berdistribusi normal
- 2) Jika probabilitas Kolmogorov-Smirnov $< 0,05$ maka residualnya berdistribusi tidak normal

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji adanya kolerasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik alangkah baiknya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan menganalisa nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (vif). Apabila nilai vif < 10 atau nilai *tolerance* $> 0,1$ sehingga dapat disimpulkan tidak ada masalah multikolonieritas, begitu sebaliknya (Nazir, 2014, hlm. 127).

c. Uji heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2009, hlm. 125) uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual dari pengamatan satu ke pengamatan lain tetap, maka ini disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda maka disebut heterokedastisitas. Terdapat dua alat untuk

menguji heterokedastisitas, yaitu melalui analisis grafik atau analisis residual statistik. Adapun dasar menganalisisnya adalah (Yuliza, 2019, hlm. 68):

- 1) Jika ada pola tertentu (bergelombang, melebar dan kemudian menyempit) maka heterokedastisitas mengidentifikasi telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013, hlm. 211) uji regresi linier berganda digunakan sebagai media untuk mengetahui bagaimana perubahan nilai variabel dependen, apabila nilai variabel dirubah atau dinaik-turunkan. Rumus matematis regresi linier berganda yang digunakan:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

β_0 = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$ = Koefisien Variabel Independen

X₁ = Citra Merek

X₂ = Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Secara Online

X₃ = Harga

X₄ = Garansi

e = *Error Sampling*

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen dapat ditunjukkan dalam SPSS, koefisien determinasi terletak pada *Model Summary* dan tertulis *Adjusted R Square*. Apabila nilai R^2 semakin kecil mendekati nol, maka kemampuan pengaruh variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Sebaliknya, jika R^2 semakin besar mendekati satu berarti kemampuan pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat kuat (Ghozali, 2009, hlm. 87).

b. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji T)

Uji ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama terhadap variabel terikat signifikan atau tidak. Uji statistik t memang menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel individu bebas dalam menerangkan variabel bebas. Hasil uji t dapat juga dilihat pada tabel *coefficient* pada kolom *sig (significance)* (Ghozali, 2013, hlm. 99-101).

- 1) Apabila angka sig $> 0,5$, maka H_0 diterima dan menolak H_a yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

- 2) Apabila angka sig < 0,5, maka H_0 ditolak dan menerima H_a yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.