

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Pendekatan kuantitatif hakikat hubungan di antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif (V. Wiratna sujarweni, 2015, hlm. 12).

Jenis penelitian ini adalah metode survei yaitu metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner (angket), test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen) (Sugiyono, 2008, hlm. 6). Di sini penelitian terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan berkenaan dengan pengaruh harga, kualitas, promosi dan citra merek produk *smartphone* Samsung terhadap minat beli masyarakat di Kecamatan Banjarmasin Timur Kelurahan Kebun Bunga.

B. Subjek Dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah sesuatu, baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat-keadaannya (“atribut”-nya) akan diteliti (Albert Kurniawan, 2014, hlm. 69). Subjek penelitian adalah seluruh masyarakat pengguna /non pengguna produk *Smartphone* Samsung di Kecamatan Banjarmasin Timur Kelurahan Kebun Bunga.

Objek penelitian adalah sasaran yang dijadikan pokok pembicaraan dalam penelitian (Suharsimi Arkunto, 2013, hlm. 141). Objek penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat beli masyarakat terhadap produk *smartphone* Samsung.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat di mana penelitian itu dilakukan (V. Wiratna Sujarweni, 2014, hlm. 73). Lokasi yang diambil dalam penelitian ini adalah di Kecamatan Banjarmasin Timur Kelurahan Kebun Bunga.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (V. Wiratna sujarweni, 2015, hlm. 80). Populasi dalam penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat pengguna/non pengguna produk *smartphone* Samsung yang bertempat tinggal di wilayah Kecamatan Banjarmasin Timur Kelurahan Kebun

Bunga yang dapat memberikan keterangan dan informasi yang diperlukan penulis. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 14, 041 orang.

Sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi (Moh. Kasiram, 2010, hlm. 258). Teknik penentuan sampel di dalam penelitian ini diambil secara acak (*Random sampling*). *Random sampling* adalah pengambilan sampel secara acak tanpa pandang bulu (Moh. Kasim, 2010, hlm. 258). Pengambilan sampel secara acak ini, pengambilan anggota populasi dilakukan secara random, sehingga tiap anggota populasi memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Victorianus Aries Siswanto, 2012, hlm. 45). Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah 99 orang.

Pengambilan sampel dari responden masyarakat Kecamatan Banjarmasin Timur Kelurahan Kebun Bunga dengan menggunakan rumus slovin. Adapun yang akan dijadikan pengambilan sampel oleh penulis, yaitu

Tabel 3.1
Jumlah Penduduk Kecamatan Banjarmasin Timur Kelurahan Kebun Bunga

Nama Kelurahan	Jenis Kelamin		KK	Jumlah
	Laki-Laki	Perempuan		
Kebun Bunga	6,948	7,093	4,183	14,041

(Sumber : http://kec-banjarmasintimur.blogspot.com/p/blog-page_6550.html)

Cara menentukan sampel menggunakan rumus Slovin (V. Wiratna sujarweni, 2015, hlm. 82) adalah :

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)} = \frac{14,041}{1 + (14,041 \times 0,1^2)} \quad n=99$$

Ket:

n= ukuran Sampel

N= Populasi

e= Prosentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

E. Jenis dan Sumber Data

Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka (V. Wiratna sujarweni, 2015, hlm. 89). Jenis dan sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu data Primer. Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh penulis dan langsung dari sumbernya (Victorianus Aries Siswanto, 2012, hlm. 56). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner (angket).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden, responden di sini ialah orang yang terlihat langsung dalam penelitian ini yaitu pengguna/non pengguna *smartphone* Samsung di Kecamatan Banjarmasin Timur Kelurahan kebung Bunga.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis di dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner (angket) merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (V. Wiratna sujarweni, 2015, hlm. 98). Responden dalam penelitian ini adalah orang yang memberikan tanggapan atau menjawab pertanyaan dan pernyataan yang diajukan.
2. Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Suharsimi Arkunto, 2013, hlm. 274). Dalam penelitian ini dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti adalah gambar-gambar produk Samsung dari masa ke masa.

G. Desain Pengukuran

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat yaitu minat beli masyarakat pada produk *smartphone* Samsung di Kecamatan Banjarmasin Timur Kelurahan Kebun Bunga. Ada empat variabel bebas yaitu harga, kualitas, promosi dan citra merek. Masing-masing variabel terikat dan bebas di atas adalah sebagai berikut :

- i. Harga (X1)
- ii. Kualitas (X2)
- iii. Promosi (X3)
- iv. Citra Merek (X4)
- v. Minat Beli Masyarakat (Y)

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah pertanyaan yang menunjukkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden (V. Wiratna sujarweni, 2015, hlm. 99). Pada melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji, pada setiap jawaban akan diberi skor. Dalam penelitian ini, skala likert yang digunakan ada empat tingkatan jawaban yang diberi skor (Suharsimi Arikunto, 2013, hlm. 285), yaitu:

- 1) Jawaban sangat setuju : diberi skor 4
- 2) Jawaban setuju : diberi skor 3
- 3) Jawaban tidak setuju : diberi skor 2
- 4) Jawaban sangat tidak setuju : diberi skor 1.

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Item	Jumlah
Harga (Menurut Stanton)	1. Harga Terjangkau	1	1
	2. Sesuai layanan yang akan diterima	2	1
	3. Sesuai fasilitas yang akan diterima	3	1
	4. Lebih murah dari pesaing	4	1
Kualitas Produk (Menurut Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd)	1. Performance (Kinerja)	5	1
	2. Durability (Daya Tahan)	6	1
	3. Reliabilty (reliabilitas)	7	1
	4. Features (fitur)	8	1
	5. Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi)	9	1
	6. Aesthetics (estetika)	10	1
	7. Perceived quality (kesan	11, 12, 13	3

	kualitas)		
Promosi(Menurut Kotler dan Keller)	1. Frekuensi penjualan	14	1
	2. Kualitas promosi	15, 16, 17,18	4
	3. Ketepatan waktu atau kesesuaian sasaran	19, 20	2
	4. Waktu Promosi	21	1
Brand Image (Menurut Kotler dan Keller)	1. Kekuatan	22, 23	2
	2. Keunikan	24, 25	2
	3. Keunggulan	26, 27	2
Minat Beli Beli (Menurut Ferdinand)	1. Minat Transaksioanl	28, 29, 30	3
	2. Minat Refrensial	31, 32, 33	3
	3. Minat Eksploratif	34,35, 36	3

H. Instrumen Penelitian

Proses pengembangan instrumen penelitian terdiri dari dua bagian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas yang digunakan untuk menguji tiap item pernyataan yang terdapat pada angket yang dibuat oleh penulis. Apabila item pernyataan sudah valid dan reliabel maka item pernyataan pada angket tersebut sudah bisa digunakan untuk mengumpulkan data. Selanjutnya data tersebut akan dideskripsikan. Pengujian validitas dan reliabilitas akan dilakukan setelah angket disebarakan kepada responden.

Mengukur besar kecilnya nilai suatu variabel, digunakan instrumen pengukuran yaitu kuesioner. Kuesioner harus tepat, artinya dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dan reliabilitas instrumen akan menentukan hasil riset. Artinya, riset yang menggunakan alat ukur dengan validitas dan reliabilitas yang telah teruji akan menghasilkan riset yang valid dan reliabel. Namun sebaliknya, riset yang menggunakan instrumen dengan validitas dan reliabilitas yang belum teruji akan memberikan hasil riset yang tidak valid dan

tidak reliabel, bahkan informasi yang keliru tentang permasalahan yang dipecahkan (Suliyanto, 2006, hlm. 146).

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud (Suharsimi Arikunto, 2013, hlm. 211). Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. (Sugiyono, 2008, hlm. 121).

Untuk mengukur validitas instrument ini digunakan formula *product moment*

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi antara X dan Y (product moment)

X = Nilai total jawaban dari masing-masing nomor dari responden

Y = Total butir dari jawaban responden

$\sum X$ = Jumlah skor butir

ΣXY = Jumlah hasil kali antara X dan Y

N = Banyaknya partisipasi uji coba

Dengan ketentuan valid atau tidak yaitu:

- Jika r dihitung $>$ r tabel dengan taraf keyakinan 95% maka instrument tersebut dikatakan valid
- Jika r hitung $<$ t tabel dengan taraf keyakinan 95% maka instrumennya tersebut dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga (Suharsimi Arkunto, 2013, hlm. 221). Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2008, hlm. 122). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Imam Ghazali, 2011, hlm. 47). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronch Alpha $>0,60$ (V. Wiratna sujarweni, 2015, hlm. 158). Instrumen yang tidak teruji validitas dan reliabilitasnya bila digunakan untuk penelitian akan menghasilkan data yang sulit dipercaya kebenarannya (Sugiyono, 2008, hlm. 122)

I. Teknik Analisis Data

Data yang baru dikumpulkan dinamakan data mentah. Data mentah belum dapat dibaca atau belum memiliki informasi. Penulis harus melakukan pengolahan data agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Pengolahan data dilakukan dengan tujuan untuk menyederhanakan data yang telah terkumpul, menyajikan dalam susunana yang baik, kemudian di analisa (Victorianus Aries Siswanto, 2012, hlm. 70). Berikut teknis analisis data:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya (Albert Kurniawan, 2014, hlm. 156). Uji normalitas data ini sebaiknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji Normal Kolmogorov-Smirnov (V. Wiratna Sujarweni, 2015, hlm. 52). Cara Mendeteksi normalitas data dengan uji Kolmogrov-Smirnov dapat dilihat dari nilai residual. Dikatakan normal apabila nilai residual yang dihasilkan di atas nilai signifikasi yang ditetapkan (Albert Kurniawan, 2014, hlm. 157).

Jika Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal

Jika Sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model (V. Wiratna Sujarweni, 2015, hlm. 185). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Imam Ghozali, 2011, hlm. 105). Kemiripan antar variabel independen mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan antara 1-10 dan *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas (V. Wiratna Sujarweni, 2015, hal 186).

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan di mana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtut waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi (Albert Kurniawan, 2014, hlm.

158). Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan kriteria jika (V. Wiratna sujarweni, 2015, hlm. 159):

1. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
2. Angka D-W di antara -2 dan $+2$ berarti tidak ada autokorelasi
3. Angka D-W di atas $+2$ berarti ada autokorelasi negatif

d. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glejser, uji Rho Spearman, uji Park atau uji White (Albert Kurniawan, 2014, hlm.159). ada kasus ini digunakan metode dengan uji Glejser. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada uji Glejser dengan mengusulkan nilai absolut residual terhadap variabel bebas dengan persamaan berikut (V. Wiratna Sujarweni, 2015, hlm. 190):

$$U_t = \alpha + \beta X_t + v_t$$

Apabila nilai sig diatas nilai alpha (5%) atau 0,05 maka terbebas dari heteroskedastisitas.

2. Analisis Linier Berganda

Regresi ganda adalah suatu perluasan dari teknik regresi apabila terdapat lebih satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat (Suharsimi Arkunto, 2013, hlm. 338). Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas, promosi dan citra merek produk *smartphone* Samsung terhadap minat beli masyarakat. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

Y	: Minat Beli Masyarakat	a	: Nilai Konstansa
X1	: Harga	b1	: Koefisien Harga
X2	: Kualitas	b2	: Koefisien Kualitas
X3	: Citra Merek	b3	: Koefisien Citra Merek
X4	: Promosi	b4	: Koefisien Promosi
e	: Error		

a. Uji t (Parsial)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).

- Menentukan tingkat signifikansi (5%)
- Menentukan t hitung dengan menggunakan alat analisis atau rumus

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

keterangan:

r = koefisien korelasi parsial

k = jumlah variabel independen

n = jumlah data

- Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada 2.5% (0,025/uji dua sisi) dengan derajat kebebasan $df(n) - k - 1$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen

ketentuan: cara 1

- Jika $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima
- Jika $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak

Cara 2

- jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$ maka H_0 diterima

- jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

b. Uji F atau Uji Signifikansi persamaan (Simultan)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3 dan X_4) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y) yaitu minat beli masyarakat. Dengan langkah-langkah

- Menentukan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$)
- Menentukan F hitung dengan menggunakan alat analisis atau rumus F hitung

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

N = Jumlah data kasus

K = Jumlah variabel independen

- Menentukan F tabel

Df1 = Jumlah variabel - 1

Df2 = n - k

Keterangan:

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen

df = Derajat kebebasan

- Kriteria pengujian
 - Jika Sig > 0,05 maka H₀ diterima
 - Jika Sig < 0,05 maka H₀ ditolak

Cara 2

- F hitung < F tabel maka H₀ diterima
- F hitung > F tabel maka H₀ ditolak.

c. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas (Y). Jika R² semakin besar, maka presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R² semakin kecil, maka presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah (V. Wiratna sujarweni, 2015, hlm. 160-164). Adapun rumus yang digunakan

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 Y + b_2 \sum Y^2}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

R² = koefisien determinasi

X = variabel independen

B = koefisien regresi

Y = variabel dependen (keputusan pembelian)