

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan 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 yang menyebarkan kuesioner yang dibuat dengan google form secara online dengan memanfaatkan sosial media sebagai media penyebaran kepada responden untuk mendapatkan data-data yang diperlukan berkenaan dengan pengaruh harga, iklan, kualitas produk, dan citra merek produk telepon pintar Oppo terhadap keputusan pembelian masyarakat di kota Banjarmasin.

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dari hasil data tersebut yang dapat berupa gambar, table, atau tampilan lainnya. (Suharsimi Arikunto, 2002, hlm. 10). Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih

independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. (Sugiyono, 2012 hlm 13).

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini bertempat di kota Banjarmasin yaitu pengguna atau konsumen telepon pintar Oppo.

## **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi). Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian. (Azwar, 2013 hlm 34). Di dalam subjek penelitian akan terdapat objek penelitian. Subjek penelitian ini adalah warga masyarakat Banjarmasin, yang menjadi pengguna atau konsumen dari telepon pintar Oppo.

Objek Penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid, dan reliabel tentang suatu hal. (Sugiyono, 2012 hlm 13). Objek Penelitian ini adalah pengaruh dari keputusan pembelian telepon pintar Oppo yaitu harga, iklan, kualitas produk dan citra merek.

## **D. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dan kemudian ditariik kesimpulannya. (Sugiyono, 2011 hlm 80). Sesuai dengan uraian tersebut,

maka populasi dari penelitian ini adalah masyarakat kota Banjarmasin yang menjadi pengguna telepon pintar Oppo.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2011 hlm 81). Sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini menggunakan *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan itu cocok sebagai sumber data. (Sugiyono, 2009 hlm 85). Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel. Karakteristik responden adalah siapa saja masyarakat kota Banjarmasin yang menjadi pengguna telepon pintar Oppo dan bersedia mengisi kuesioner yang akan dibagikan secara acak atau ditemui melalui sosial media.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

$z = \text{Nilai standart} = 1.96$

$p = \text{Maksimal estimasi} = 50\% = 0.5$

$d = \text{alpha} (0.10) \text{ atau } \textit{sampling error} = 10\%$

Maka didapatkan hasil sampel dengan minimal jumlah yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) dikarenakan populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

#### **E. Data dan Sumber Data**

Data adalah segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun informasi, sedangkan informasi adalah hasil pengolahan data yang dipakai untuk suatu keperluan. (Marzuki, 2005 hlm 55).

Data yang digunakan oleh peneliti yaitu data primer. Data primer (primary data) yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan dengan menggunakan kuesioner. (Situmorang & Lutfi, 2012 hlm 79)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden, responden disini adalah pengguna telepon pintar Oppo di kota Banjarmasin.

## F. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu kuesioner (angket) merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2010, hlm 199). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Responden dalam penelitian ini adalah orang yang memberikan tanggapan atau menjawab pertanyaan atau pernyataan yang diajukan.

Desain pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, dikembangkan oleh Rensis Likert. Responden hanya memberikan persetujuan dan ketidaksetujuannya terhadap butir pertanyaan. Skala likert ini terdiri dari lima jawaban skor, yaitu :

Tabel 3. 1 Skala *Rikert*

No	Alternatif jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Adapun indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Indikator Variabel

No	Definisi Operasional	Indikator Variabel	Skala
1.	Harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ol>	Likert
4.	Iklan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat menimbulkan perhatian</li> <li>2. Menarik</li> <li>3. Dapat menimbulkan keinginan</li> <li>4. Menghasilkan suatu tindakan</li> </ol>	Likert
5.	Kualitas Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja</li> <li>2. Daya tahan</li> <li>3. Estetika</li> <li>4. Kesesuaian dengan spesifikasi</li> <li>5. Fitur</li> <li>6. Reabilitas</li> </ol>	Likert
6.	Citra Merek	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Popularitas</li> <li>2. Pengenalan</li> <li>3. Reputasi</li> <li>4. Daya tarik</li> </ol>	Likert
1.	Keputusan Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifikasi kebutuhan</li> <li>2. Informasi dari berbagai sumber</li> <li>3. Keputusan memilih produk</li> <li>4. Rekomendasi</li> <li>5. kepuasan</li> </ol>	Likert

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Instrument Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan pada penelitian ini untuk menguji valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Sugiyono (2012 hlm 455), validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Sebuah kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013 hlm 52). Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi dari setiap item pertanyaan atau pernyataan dengan skor total pertanyaan atau pernyataan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran ordinal.

Keputusan pengujian validitas item responden adalah sebagai berikut

- 1) Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
- 2) Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

b. Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, kuesioner juga harus dipercaya (*reliable*). Uji Reliabilitas adalah hasil dari sebuah pengukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau

dipercaya jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013 hlm 47). Pengujian dengan teknik *Cronbach's Alpha* yang mana suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  begitu juga sebaliknya

Keputusan uji reliabilitas juga dapat ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan atau pernyataan dinyatakan *reliable*.
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item pertanyaan atau pernyataan dinyatakan tidak *reliable*.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen untuk kinerja pada masing-masing perusahaan baik secara parsial maupun secara simultan. Sebelum melakukan uji linier berganda, metode mensyaratkan untuk melakukan uji asumsi klasik guna mendapatkan hasil yang terbaik (Ghozali, 2011 hlm 105). Tujuan pemenuhan asumsi klasik ini dimaksudkan agar variabel bebas sebagai estimator atas variabel terikat tidak bias.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi  $>0,05$  (Imam Ghozali, 2011 hlm 160-165)

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2011 hlm 105-106) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu

pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. (Imam Ghozali, 2011 hlm 139-143).

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Imam Ghozali, 2011 hlm 110). Pada penelitian ini untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test).

- 1) Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah  $-2$  ( $DW < -2$ ).
- 2) Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada di antara  $-2$  dan  $+2$  atau  $-2 < DW < +2$ .
- 3) Terjadi autokorelasi negatif jika DW di atas  $+2$  atau  $DW > +2$ .

Alat yang digunakan untuk menganalisis data ialah Uji Regresi, yaitu merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh satu atau beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat, baik parsial maupun simultan. (Sunyoto, 2013 hlm 137). Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh

dua atau lebih variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ) rumusnya sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan :

$Y$  = keputusan pembelian

$a$  = konstanta regresi

$b_1$  = koefisien regresi harga

$b_2$  = koefisien regresi iklan

$b_3$  = koefisien regresi kualitas produk

$b_4$  = koefisien regresi citra merek

$X_1$  = harga

$X_2$  = iklan

$X_3$  = kualitas produk

$X_4$  = citra merek

a) Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2011 hlm 97).

b) Uji Parsial (uji t)

Tujuan dari uji parsial adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95. Hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

$$H_0 : b_i = 0$$

$$H_A : b_i \neq 0$$

Ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Jika tingkat signifikansi  $\leq 5\%$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.
- 2) Jika tingkat signifikansi  $\geq 5\%$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

c) Uji Simultan (Uji Statistik F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.

Pada pengujian ini juga menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Prosedur Uji F ini adalah sebagai berikut :

- 1) Menentukan hipotesis nol maupun hipotesis alternatifnya :

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$ , berarti tidak ada pengaruh  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap  $Y$

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$ , berarti ada pengaruh  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap  $Y$

- 2) Membuat keputusan uji F

Jika nilai  $F$  lebih besar dari pada 4 maka  $H_0$  ditolak pada derajat kepercayaan 5%, dengan kata lain hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.