

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut *Sugiyono (2015)* metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *Positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/*Statistic* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ada jenis penelitian verifikatif, pendekatan kuantitatif dan metodenya *Explanatory* yang mana tujuannya adalah menelaah antar variabel yang menjelaskan suatu fenomena tertentu. Dengan menggunakan skala pengukuran *Likert*, metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, kuisioner, serta dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan metode regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan *Program SPSS*.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode *Survey* yaitu responden diberi beberapa pertanyaan dalam bentuk

angket/kuesioner, dengan demikian sumber datanya adalah data *Primer* yaitu di ambil langsung dari sampel dan dikumpulkan secara langsung.

3.2 Lokasi dan Waktu Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di *Kabupaten Jombang* yang membeli di *Toko Roxy Mas Jombang*. Waktu penelitian Maret- juli 2019. Objek penelitian ini adalah pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk *Xiomi Note*. Penelitian ini dilakukan di *Toko Roxy Mas, Jl. Merdeka No. 18a, Candi Mulyo, Kec. Jombang*.

3.3 Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional

3.3.1 Definisi Operasional

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Persepsi Harga (X1)

Mengacu pada konsep *Kotler (2008)* dalam penelitian ini harga didefinisikan sebagai persepsi konsumen tentang biaya yang dikeluarkan pelanggan untuk mendapatkan manfaat. Yang diukur dengan menggunakan indikator yang diadopsi dari *Stanton (1998)*, yang sesuai dengan penelitian ini meliputi :

- a. Keterjangkauan Harga;
- b. Kesesuaian Harga dengan Produk;

- c. Manfaat Produk;
- d. Daya Saing Harga.

2. Kualitas Produk (X2)

Menurut *Sulistiyari (2012)* kualitas produk dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Daya Tahan Produk;
- b. Kinerja Produk;
- c. Fitur Produk;
- d. Keandalan Produk.

3. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut (*Kotler dan Keller, 2008*). Ketika membeli produk, secara umum konsumen mengikuti proses pengambilan konsumen seperti : (1) Pengenalan Masalah, (2) Pencarian Informasi, (3) Evaluasi *Alternative*, (4) Keputusan Pembelian,(5) Pasca Perilaku Pembelian. Lima tahapan ini mewakili proses secara umum yang menggerakkan konsumen dari pengenalan produk atau jasa ke evaluasi pembelian.

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
Persepsi Harga (X1)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga. 2. Kesesuaian Harga dengan Produk. 3. Manfaat Produk. 4. Daya Saing Harga. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah produk xiaomi memiliki harga yang terjangkau. 2. Apakah harga produk xiaomi sesuai dengan harga yang ditetapkan 3. Apakah produk xiaomi memiliki manfaat yang sesuai dengan harga yang dikeluarkan 4. Apakah harga xiaomi lebih murah dibanding produk lain yang sejenis 	(<i>Stanton, 1998</i>)
Kualitas Produk (X2)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya Tahan Produk. 2. Kinerja Produk 3. Fitur Produk. 4. Keandalan Produk. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah produk xiaomi memiliki daya tahan kuat dan tidak mudah rusak. 2. Apakah produk xiaomi memiliki pengoprasikan yang lebih mudah dan dapat memenuhi harapan konsumen. 3. Apakah produk xiaomi memberikan fitur dan variasi yang berbeda dari produk yang lain. 4. Apakah kualitas produk xiaomi sudah teruji keandalan produknya 	(<i>Sulistiyari, 2012</i>)
Keputusan Pembelian (Y)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Masalah. 2. Pencarian Informasi. 3. Evaluasi <i>Alternative</i>. 4. Keputusan Pembelian. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah keputusan pembeli dapat melihat macam- macam produk xiaomi yang di jual 2. Apakah pembeli mendapat berbagai informasi mengenai produk xiaomi yang tersedia 3. Apakah pembeli memilih dan mengevaluasi produk xiaomi yang dibutuhkan. 4. Apakah pembeli memutuskan membeli produk xiaomi yang diinginkan. 	(<i>Kotler & Keller, 2008</i>)

3.3.2 Skala Pengukuran Variabel

Pengisian angket dalam penelitian ini menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* menurut *Sugiyono (2012)* adalah “Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial”. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan tidak mendukung (pertanyaan). Skor atas pilihan jawaban untuk angket yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif adalah sebagai berikut:

1= STS (Sangat Tidak Setuju)

2= TS (Tidak Setuju)

3= N (Netral)

4= S (Setuju)

5= SS (Sangat Setuju)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (*Sugiyono, 2004*). Populasi yang digunakan dalam

penelitian adalah konsumen yang pernah membeli ulang dari *Toko Roxy Mas Jombang*.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (*Sugiyono, 2010*). Sampel ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu, maka akan membentuk sebuah perwakilan populasi.

Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan Teknik *Random*, sampling ini dilakukan secara subyektif. Teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri tahu bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Pemilihan sampel ini dilakukan karena mungkin saja peneliti telah memahami bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang dikehendaki karena mereka memang memiliki informasi seperti yang diharapkan dan mereka memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti.

Penentuan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya adalah menggunakan rumus sebagai berikut (*Wibisono, 2003*):

$$n = \left(\frac{Z\alpha/2\sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

$Z\alpha$ = Nilai yang diperoleh dari tabel normalitas tingkat keyakinan

e = Kesalahan Penarikan Sampel

2σ = Standar Deviasi

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka nilai $Z\alpha$ 0,05 adalah 1,96 dan standar deviasi (σ) = 0,25. Tingkat kesalahan dalam penarikan sampel ditentukan sebesar 5% atau 0,05 maka dengan menggunakan rumus tersebut dapat ditentukan jumlah sampelnya yaitu:

$$n = \left(\frac{(1,96).(0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus di atas, besarnya sampel sebesar 96,04 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka besarnya pengambilan sampel dibulatkan menjadi 97 orang responden.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti, dipandang sebagai sesuatu pendugaan terhadap populasi namun bukan populasi itu sendiri. *Ferdinand(2006)* mengatakan bahwa sampel adalah subset dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi.

Teknik pengambilan pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Sampling*, *Random Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang untuk dipilih sebagai anggota sampel. *Sugioyono, (2003:43)*.

3.5 Jenis Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. *Data Primer* dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran angket kepada pembeli di *Toko Roxy mas Jombang*

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung (ada perantara). Baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini data sekunder bersumber dari daftar pustaka melalui berbagai jurnal, penelitian terdahulu, dan artikel yang diambil dari *Internet*.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

1. Angket

Dalam teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan metode pengumpulan data kuesioner (angket). Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (*Sugiyono, 2014*). Hal ini dikarenakan data yang diperoleh adalah data yang didapatkan langsung dari sumber pertama. Data ini adalah data mentah yang harus diolah dan diproses lebih lanjut.

2. Dokumentasi

Pengambilan data melalui dokumentasi tertulis maupun elektronik dari *Toko Roxy Mas Jombang*. Dokumen untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan (kuesioner) (*Sugiyono, 2010*). Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *Product*

Moment. Rumus korelasi *Product Moment* dalam buku (Hair, et al. 2006).

Rumus :

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

Keterangan :

r = korelasi

rx = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

x = skor seluruh item

y = skor total

Adapun uji coba validitas dengan sampel 30 responden , dengan hasil uji validitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R hitung	Nilai Koefisien	Keterangan
Persepsi Harga (X1)	X1.1	.504 ^{**}	0,30	Valid
	X1.2	.853 ^{**}	0,30	Valid
	X1.3	.795 ^{**}	0,30	Valid
	X1.4	.810 ^{**}	0,30	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	.765 ^{**}	0,30	Valid
	X2.2	.471 ^{**}	0,30	Valid
	X2.3	.703 [*]	0,30	Valid
	X2.4	.767 ^{**}	0,30	Valid
	X2.5	.479 ^{**}	0,30	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	.755 ^{**}	0,30	Valid
	Y.2	.867 ^{**}	0,30	Valid
	Y.3	.700 ^{**}	0,30	Valid
	Y.4	.729 ^{**}	0,30	Valid
	Y.5	.649 ^{**}	0,30	Valid

Sumber : Data Diolah 2019

Berdasarkan Tabel 3.2 diatas, maka disimpulkan semua butir pernyataan yang terdapat pada variabel Persepsi harga, kualitas produk dan keputusan pembelian maka dapat dikatakan pernyataan ketiga variabel tersebut valid, karena diperoleh dari r hitung lebih besar dari nilai koefisien.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (*Ghozali, 2011*). Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur suatu gejala atau kejadian. Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan bantuan *SPSS*. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach's* yaitu:

- a. Apabila hasil koefisien *Alpha* > taraf signifikansi 60% atau 0.6 maka kuisoner tersebut *Reliable*.
- b. Apabila hasil koefisien *Alpha* > taraf signifikansi 60% atau 0.6 maka kuisoner tersebut tidak *Reliable*.

Adapun uji coba reabilitas dengan sampel 30 responden , dengan hasil uji reabilitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Uji Reabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Persepsi Harga (X1)	.726	0,60	reliable
Kualitas Produk (X2)	.639	0,60	reliable
Keputusan Pembelian (Y)	.753	0,60	reliable

Sumber : Data Diolah 2019

Berdasarkan Tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah *reliable*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6

3.7 Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linear dan dapat dipergunakan valid untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan uji asumsi klasik yaitu dengan menggunakan Uji Normalitas, Uji Heteroskedastistas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Autokorelasi.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dipergunakan untuk mengetahui distribusi model regresi dalam variabel dependen dan variabel independen normal atau tidak normal. Model regresi yang dikatakan baik ialah model regresi yang mempunyai distribusi normal ataupun mendekati normal (*Ghozali, 2012*). Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Dasar dari pengambilan keputusan tersebut berdasarkan pada taraf signifikan hasil perhitungan dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Probabilitas $> 0,05$: Hipotesis diterima karena data terdistribusi secara normal.
- b. Probabilitas $< 0,05$: Hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.

3.7.2 Uji Heteroskedastitas

Tujuan dari uji heteroskedastitas data adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan terhadap pengamatan lain. Apabila terjadi kesamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain maka hal ini dinamakan homokedastitas.

3.7.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas pada penelitian ini ialah bertujuan untuk menguji apakah didalam regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas dalam penelitian (*Ghozali,2012*). Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan nilai *Variance Influence Factor (VIF)*.

Kedua ukuran tersebut menunjukkan variabel bebas yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dimana apabila nilai *tolerance value* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 , maka diambil kesimpulan bahwa model regresi bebas dari multikolinieritas, Dan begitu pula sebaliknya, jika nilai *tolerance value* $< 0,10$ dan nilai *VIF* > 10 , maka terjadi multikolinieritas yang tinggi diantara variabel bebas.

3.7.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu *Cross Sectional*. Autokorelasi merupakan korelasi *Time Series* (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (*Durbin Watson*) dengan kriteria pengambilan jika $D - W$ sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *Rule of Thumb* (aturan ringkas), jika nilai $D - W$ diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi (*Ghozali, 2012*).

3.8 Teknis Analisis Data

Pengertian analisis data merupakan cara yang dipergunakan untuk menjawab dari rumusan masalah serta menguji hipotesis yang sudah dirumuskan. Berikut analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut *Sugiyono (2014)* metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau

butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentan Skor} &= \frac{\text{nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{jumlah katagori}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga interprestasi skor sebagai berikut :

1. 1,0 – 1,8 = Sangat Buruk
2. 1,9 – 2,6 = Buruk
3. 2,7 – 3,4 = Cukup
4. 3,5 – 4,2 = Baik
5. 4,3 – 5,0 = Sangat Baik

Sumber: (Sudjana, 2005)

3.8.2 Teknik Analisi Regresi Berganda Linier

Analisis regresi linier berganda adalah berguna untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y). Analisis deskriptif dilakukan dengan membagi skor total dengan skor perolehan pada jawaban kuesioner (*Utami dan Saputri, 2016*). Analisis regresi linier berganda menurut *Sugiyono (2010)* adalah “Analisis yang digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen dimanipulasi.

Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut (*Umar, 2010*).

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

X₁ : Harga

X₂ : Kualitas Produk

β_1, β_2 : Koefisien Regresi

e : Standar Error

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (t)

Menurut Sugiyono (2011:215) uji-t menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Ho: $b_1 = b_2 = 0$

Artinya secara parsial tidak dapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel persepsi harga (X₁) dan kualitas produk (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y)

Ho: $b_1 \neq b_2 \neq 0$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel persepsi harga (X₁) dan kualitas produk (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y)

Kriteria :

H_0 diterima dan H_a ditolak bila signifikan hitung $\geq 0,05$

H_0 diterima dan H_a diterima bila signifikan hitung $\geq 0,05$

3.9.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (KD) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X_1, X_2) memiliki dampak terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase. Menurut *Ghozali (2013)* koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.