

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian dengan jenis deskripsi kuantitatif. Hal ini bertujuan untuk menjelaskan sefaktual dan sesistematis mungkin keadaan yang terjadi dilapangan, dengan maksud untuk menyajikan dan menyelesaikan masalah yang sedang diteliti. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, yang berguna dalam penelitian dengan sampel atau populasi tertentu. Untuk pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, dengan analisis data yang kuantitatif/statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.¹

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan sebuah penamarataan wilayah yang terdiri atas bagian subyek/obyek yang memiliki kriteria atau persamaan tertentu yang sudah ditetapkan peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulanya.² Selain itu, Ismiyanto berpendapat bahwa populasi merupakan semua bagian dari obyek atau subjek yang terdiri dari manusia, benda, atau semua hal yang dapat memberikan informasi ataupun data untuk diteliti, baik orang, benda, ataupun yang lainnya dengan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti.³

Dari uraian diatas maka peneliti memilih sampel populasi yang akan diteliti adalah mahasiswa aktif IAIN Kudus Angkatan tahun 2019-2022.

2. Sampel

Sampel merupakan sebuah bagian dari keseluruhan populasi yang memiliki karakteristik tertentu. Sudjana dan Ibrahim berpendapat tentang sampel itu adalah bagian kecil dari

¹ Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. 8.

² Sugiyono. 80.

³ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015). 63.

populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi.⁴

Didalam proses penentuan sampel, peneliti akan menggunakan sebuah metode *non-probability sampling*. Metode tersebut bertujuan untuk menentukan sampel dari sebuah populasi tanpa harus melibatkan semua bagian dari populasi yang akan dijadikan sampel. Dan metode yang akan digunakan untuk menentukan objek sampel ialah menggunakan *sampling purposive*, yang mana teknik ini dilaksanakan dengan cara menentukan sampel berdasarkan pertimbangan atau seleksi khusus, yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan.⁵ Adapun beberapa kriteria dalam penentuan sampel, seperti:

- a. Mahasiswa aktif IAIN Kudus Angkatan tahun 2019-2022.
- b. Pernah melakukan menggunakan/membeli *smartphone* merek Xiaomi

Rumus nantinya yang akan digunakan untuk menghitung sampel minimum adalah rumus *Cochran*, berikut adalah rumusnya.⁶

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

- n : Total sampel yang digunakan
 z : Tingkat keyakinan sampel yang diperlukan dalam penelitian (95% = 1,96)
 p : Prsesntase kebenaran 50% (0,5)
 q : Prsesntase Kesalahan 50% (0,5)
 e : Tingkat kesalahan sampel 10%

Dari rumus diatas, maka untuk menentukan jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$n = 96,4$ dibulatkan menjadi 100 orang

Berdasarkan pergitungan diatas maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ialah 100 orang responden, yang

⁴ Siyoto dan Sodik. 64.

⁵ Siyoto dan Sodik. 66

⁶ Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. 136-137.

terdiri dari mahasiswa aktif IAIN Kudus tahun Angkatan 2019-2022 yang pernah menggunakan atau membeli *smartphone* merek Xiaomi dikawasan IAIN kudus.

C. Setting Penelitian

Seting penelitian merupakan tempat/lokasi yang akan digunakan sebagai tempat penelitian akan dilangsungkan. Tempat yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian kali ini akan berlokasi di kampus IAIN Kudus, yang beralamat di Jl. Conge Ngembal Rejo, desa Ngembal Rejo, Kec. Bae, Kab. Kudus. Yang mana akan melibatkan mahasiswa aktif IAIN Kudus semester 2-8. Waktu waktu penelitian ini akan dimulai dari tanggal 1-10 maret 2023.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Operasional Variabel

Variabel adalah sebuah objek yang nantinya akan dijadikan penelitian, atau bisa disebut juga sebagai faktor yang berperan dalam penelitian atau permasalahan yang mau diteliti. Menurut Kerlinger, variabel adalah suatu konstruksi atau sebuah sifat yang akan dipelajari dan memiliki beragam hasil yang bervariasi.⁷ Variabel yang akan digunakan peneliti dalam penelitian kali ini adalah:

a. Variabel Independen (bebas)

Variabel independent atau lebih sering disebut variabel bebas dalam Bahasa Indonesia merupakan sebuah variabel yang dapat mempengaruhi variabel lainnya, atau bisa disebut juga sebagai variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain dan menyebabkan timbulnya variabel dependen (terikat). Perlu diketahui bahwa, variabel ini juga bisa disebut dengan *stimulus*, *predictor*, dan *antecedent*. Selanjutnya untuk penelitian ini menggunakan variabel independent (bebas) antara lain: *country of origin*, *perceived quality*, dan *brand image*.

b. Variabel Dependen (terikat)

Variabel dependen atau lebih sering disebut variabel terikat dalam Bahasa Indonesia merupakan variabel yang menjadi sebab dari adanya variabel independent (bebas). Dan variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel

⁷ Sugiyono. 34

dependen (terikat) adalah keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi mahasiswa aktif IAIN Kudus Angkatan tahun 2019-2022.⁸

2. Definisi Operasional Variabel

Merupakan sebuah petunjuk mengenai bagaimana cara pengukuran dari sebuah variabel yang hendak diteliti. Operasional variabel dibuat agar memudahkan peneliti untuk menjaga data, menghindari perbedaan interpretasi, dan membatasi ruang lingkup variabel.⁹

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler dan Keller keputusan pembelian adalah keputusan suatu individu untuk menjadi pemakai atau pengguna tetap sebuah produk barang/jasa. ¹⁰	Menurut Koter, ada beberapa indikator dalam keputusan pembelian, yaitu: 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi pada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang. ¹¹	Likert
2.	<i>Country of Origin</i> (X1)	Menurut Kotler dan Keller <i>country of origin</i> adalah proses interaksi	Menurut Darling dan Kraft, <i>country of origin</i> dapat diukur menggunakan 4 indikator, yaitu: 1. <i>Innovativennes</i>	Likert

⁸ Sugiyono. 39.

⁹ Siyoto dan Sodik, *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. 16

¹⁰ Tati, Suharyono, dan Yulianto, “Pengaruh Country Of Origin Dan Global Brand Image Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen yang Membeli Smartphone Samsung Galaxy di Asia Tenggara).”

¹¹ Vivian, “Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck.”

		tentang sebuah negara yang berdasarkan tentang kepercayaan mental. ¹²	2. <i>Design</i> 3. <i>Prestige</i> 4. <i>Workmanship</i> . ¹³	
3.	<i>Perceivde Quality (X2)</i>	Menurut Keller, <i>perceived quality</i> merupakan persepsi pelanggan atas kualitas dari suatu produk barang atau jasa dibandingkan dengan produk barang atau jasa lain, dan dalam kaitanya dengan tujuan yang diharapkan. ¹⁴	Menurut Sweeney terdapat beberapa indikator <i>perceived quality</i> atau persepsi kualitas, antara lain: 1. Kualitas yang konsisten 2. Produknya yang baik 3. Memenuhi standard kualitas yang ditentukan 4. Jarang terjadi kecacatan produk 5. Kinerja yang konsisten. ¹⁵	Likert

¹² Cahyaningrum, “Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth , Celebrity Endorser dan Country of Origin terhadap Purchase Intention melalui Brand Image Studi Kasus Wardah House Semarang.”

¹³ Budiarti, Yasri, dan Masdupi, “Pengaruh Country of Origin, Brand Familiarity, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Padang.”

¹⁴ Hidayah dan Anik Lestari Anjarwati, “PENGARUH PERCEIVED QUALITY TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN TEH BOTOL SOSRO DI SURABAYA TIMUR).”

¹⁵ Pandiangan, Masiyono, dan Dwi Atmogo, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty.”

4.	<i>Brand Image</i> (X3)	<i>Brand image</i> merupakan kumpulan keasn yang ada dipikiran para konsumen mengenai suatu <i>brand</i> yang dirangkai dari ingatan dan pengalaman konsumen dari pengguna <i>brand</i> tersebut. ¹⁶	Adapun indikator-indikator <i>brand image</i> adalah sebagai berikut: 1. Pelayanan yang disediakan 2. Kualitas produk barang atau jasa yang dihasilkan 3. Kebijakan perusahaan 4. Reputasi perusahaan 5. Kegiatan pemasaran perusahaan. ¹⁷	Likert
----	-------------------------	---	--	--------

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Pada dasarnya Ketika melakukan sebuah penelitian maka diperlukan sebuah alat untuk mengukur sebuah data yang aka diteliti. Biasanya, alat ukur untuk sebuah penelitian dinamakan dengan instrument penelitian yang merupakan sebuah alat yang dapat dipergunakan dalam pengukuran fenomena alam atau sosial yang akan diteliti. Dan apabila dilihat secara seksama, maka fenomena alam dan sosial dapat disebut juga sebagai variabel penelitian.¹⁸

1. Uji Validitas

Uji ini adalah indeks instrument alat ukur yang mempermasalahkan ketepatan pengukuran apa yang hendak diukur. Jika semakin tinggi tingkat validitas instrument yang digunakan, maka semakin baik pula alat pengukur data tersebut. Pengujian ini sangat penting dilakukan agar data yang diukur atau diteliti tidak menyimpang dari tujuan awal variabel yang

¹⁶ RIzan, Saidani, dan Sari, “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel.”

¹⁷ Vivian, “Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck.”

¹⁸ Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. 102.

dimaksud. Secara teori, uji validitas dapat diukur menggunakan korelasi *Product* atau korelasi *person*.¹⁹

2. Uji Reliabilitas

Uji ini adalah sebuah pengujian atau pengukuran yang memperlakukan tingkat akurasi sebuah alat ukur dapat dipercaya sejauh mana alat ukur dapat konsisten dalam pengukuran suatu data. Ini menunjukkan bahwa uji ini berfungsi untuk tes uji coba sejauh mana tingkat akurasi sebuah alat ukur pada suatu fenomena apabila dipergunakan lebih dari satu kali pada gejala atau permasalahan yang sama, dengan menggunakan pengukur yang sama. Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila kuesioner memiliki jawaban yang sama secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dan kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur haruslah memiliki reliabilitas yang tinggi.²⁰

F. Teknik Pengumpulan Data

Perlu diketahui, bahwa Teknik pengumpulan data adalah sebuah kegiatan atau cara dari peneliti untuk mencari dan mengumpulkan data yang akan diuji dalam penelitian. Mengumpulkan data dan Menyusun instrument penelitian merupakan hal yang penting dilakukan. Akan tetapi, pengumpulan data merupakan hal yang lebih penting, karena jika data yang dipergunakan didalam penelitian tidak valid dan reliabel, maka penelitian tersebut tak lebih dari sebuah ongkongan sampah, walaupun instrument pengukuran yang diergunakan valid dan reliabel.²¹ Untuk penelitian kali ini, akan menggunakan data yang sumbernya adalah data primer, yang merupakan sebuah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari objek atau bahan yang akan diteliti.²² Untuk cara yang dipergunakan dalam pengumpulan data, peneliti akan menggunakan teknik angket/kuesioner, yang berarti akan dilakukan dengan cara menyebar kuesioner yang berisi tentang pertanyaan/ Pernyataan yang telah peneliti siapkan kemudian dijawab

¹⁹ Livia Amanda, Ferra Yanuar, dan Dodi Devianto, "Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang," *Jurnal Matematika UNAND* 8, no. 1 (2019): 179, <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>.

²⁰ Amanda, Yanuar, dan Devianto.

²¹ Siyoto dan Sodik, *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. 75.

²² Siyoto dan Sodik. 67-68.

oleh responden yang sesuai dengan kriteria.²³ Untuk eksekusinya nanti akan menggunakan Google formulir (G-form)

Didalam penelitian ini, skala yang akan digunakan peneliti adalah skala likert, yang mana memiliki fungsi sebagai alat ukur bagi sikap, persepsi, sudut pandang, dan pendapat orang-orang mengenai sebuah fenomena alam atau gejala sosial yang sedang terjadi. Dan ini dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan/pernyataan tentang masalah yang akan diteliti, kemudian responden memberikan jawaban atas pernyataan/pertanyaan tersebut. Dengan penilaian skala likert yang akan dipakai ialah sebagai berikut:²⁴

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

TS : Tidak Seetuju (2)

RR : Ragu-ragu (3)

S : Setuju (4)

SS : Sangat Setuju (5)

G. Teknik Analisis data

Dalam sebuah penelitian, analisis data adalah sebuah kegiatan yang terdiri dari menempatkan setiap data berdasarkan setiap jenisnya, mentabulasi dari setiap responden sesuai dengan variabelnya, menyajikan data dari setiap variabel, menyelesaikan masalah dengan perhitungan, dan yang terakhir adalah melakukan uji hipotesis yang sudah diajukan menggunakan perhitungan.²⁵ Dalam penelitian ini, untuk pengolahan data akan menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS statistic 20, dan Microsoft Excel. Berikut adalah model pengujian yang akan dipakai dalam penelitian.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Sebuah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah didalam regresi terdapat hubungan antara variabel bebas yang sedang diteliti.²⁶ Untuk mengetahui apakah terdapat multikolinearitas atau tidak, dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF yang diperoleh dari uji melalui aplikasi IBM SPSS 20. Kedua nilai tersebut mampu menunjukkan setiap variabel independent yang ditunjukkan dan dijelaskan oleh variabel independen lain. Bahasa sederhananya, setiap variabel bebas

²³ Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. 142.

²⁴ Sugiyono. 93.

²⁵ Sugiyono. 147.

²⁶ Masrukhin, *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*, 1 ed., vol. 1 (Kudus: Mibarda Publishing, 2017). 129.

menjadi variabel terikat dan diregresi menjadi variabel independen lainnya. Untuk nilai *cutoff* yang akan menjadi tolak ukur adanya multikolinearitas dapat diketahui apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai *VIF* > 10 .²⁷

b. Uji Normalitas Data

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi, variabel independent dan dependen memiliki alur distribusi yang normal atau tidak. Model regresi akan dianggap baik Ketika nilainya mendekati normal, atau normal. Selain itu, dalam uji ini dapat diketahui juga apakah distribusi dari sebuah data itu normal atau mendekati normal. Dan hal ini dapat ditunjukkan dengan diagram data berbentuk lonceng (*bell shape*). Yang berarti bentuk diagram tidak berat sebelah atau dominan sebelah, maka data tersebut bisa disebut terdistribusi dengan baik.²⁸

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan antara variasi residual dari setiap pengamatan satu ke yang lainnya. Dalam uji ini, apabila nilai *variance* dari pengamatan ke pengamatan lainnya sama, maka dapat disebut sebagai homoskedastisitas dan apabila sebaliknya maka akan disebut sebagai heteroskedastisitas. Dalam sebuah penelitian, data yang baik merupakan data yang terjadi homoskedastisitas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan pada prinsipnya, pengujian homoskedastisitas ingin menguji apakah sebuah grup memiliki varian yang sama diantara anggota grup tersebut.²⁹ Adapun proses pengujianya antara lain:

- 1) Menentukan Hipotesis
 - H0 : kedua variasi populasi adalah identik
 - H1 : kedua variasi tersebut tidak identik
- 2) Kriteria Pengujian
 - H0 : jika probabilitas $SIG > 0,05$, maka H0 diterima
 - H1 : jika probabilitas $SIG < 0,05$, maka H0 ditolak

²⁷ Ghozali Imam, *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19 edition*, 5 ed. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011). 105-106.

²⁸ Masrukhin, *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. 132

²⁹ Masrukhin. 139.

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah sebuah analisis yang bertujuan untuk mengetahui setiap variabel bebas terhadap variabel terikat berdasarkan dari nilai setiap variabel bebas yang digunakan dalam penelitian. Perbedaan analisis ini dengan analisis regresi linier sederhana adalah terletak pada jumlah variabel bebas yang dipergunakan dalam memprediksi variabel terikat didalam penelitian itu lebih dari satu untuk yang berganda.

Dalam analisis ini, untuk pengujian hasil maka seluruh variabel independent dimasukan serentak, kemudian akan diperoleh hasil dari persamaan regresi untuk mengetahui nilai dari variabel dependen. Dari hal tersebut, nantinya akan diperoleh konstanta dan koefisien regresi dari setiap variabel bebas yang dipergunakan dalam penelitian.³⁰ Untuk menganalisis regresi linier berganda dalam penelitian ini, maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel keputusan pembelian

a : Intercept Persamaan Regresi

b : Koefisien Regresi Variabel Independent (X)

X1 : *Country of Origin*

X2 : *Perceived quality*

X3 : *Brand Image*

e : Koefisien error

b. Uji Signifikasi Simultan (Uji f)

Merupakan sebuah uji yang memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen. Uji signifikasi simultan f atau bisa disebut uji f dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai f tabel yang diperoleh dengan nilai f hitung yang diperoleh melalui pengujian aplikasi IBM

³⁰ Besse Arna Wisudaningsi, Irvana Arofah, dan Konstansius Aji Belang, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda," *Statmat: Jurnal Statistika Dan Matematika* 1, no. 1 (2019): 103–17, <https://doi.org/10.32493/sm.v1i1.2377>.

SPSS 20 yang ada pada tabel ANOVA.³¹ Dari hasil perhitungan dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai f hitung $>$ nilai f tabel, maka hipotesis diterima.
- 2) Apabila nilai f hitung $<$ nilai f tabel, maka hipotesis ditolak.

c. Uji signifikansi parameter individual (Uji t)

Merupakan sebuah uji yang memiliki tujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel independent secara parsial (terpisah) memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hal tersebut maka dapat dilihat melalui nilai *output coefficient* yang diperoleh dari hasil uji melalui aplikasi IBM SPSS 20. Hal ini dapat diketahui melalui perbandingan antara nilai profitabilitasnya, apabila nilai dari t hitung $>$ nilai t tabel, maka variabel X (independent) tersebut memiliki pengaruh terhadap variabel Y (dependen), dan begitu juga sebaliknya. Dan untuk mengetahui signifikasinya adalah melalui nilai profitabilitas signifikasinya itu kurang dari 5% (0,05).³²

d. Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Merupakan sebuah uji yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan setiap model untuk menerangkan setiap bagian dari variabel dependen (Y). Untuk mengetahui hal tersebut, adalah apabila nilai dari koefisien determinasi itu antara angka 1 sampai 0. Jadi semakin kecil angka koefisien determinasi (r^2) maka akan semakin baik pula variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen dan begitu juga sebaliknya. Secara umum dalam penilaian koefisien determinasi (R^2) untuk data silang (*crosssection*), terbilang cukup rendah, karena terdapat banyaknya variasi yang besar antar masing-masing pengamat. Dan berbeda dengan nilai data dari waktu yang runtut, yang mana nilai dari koefisien determinasinya terbilang tinggi.³³

³¹ Fadhila Tety Sena, "Jurnal Dinamika Manajemen VARIABEL ANTISEDEN ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB)," *jurnal dinamika manajemen (Jdm)* 2, no. 1 (2017): 70–77, <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm>.

³² Wiratna Sujarweni, *Metodologi penelitian bisnis ekonomi* (Yogyakarta: Yogyakarta Pustaka Baru, 2015).

³³ Imam, *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19 edition*. 97.