BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), karena penulis terlibat langsung dalam penelitian. *Field research* adalah jenis penelitian yang berhubungan dengan peneliti yang terlibat dalam lapangan penelitiannya.¹ Pada penelitian ini penulis melakukan studi lapangan untuk memperoleh data dan informasi yang kongkrit tentang pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dompet UD. Sam Zain Collection sesuai dengan masalah yang ada.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan di UD. Sam Zain Collection ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistik. Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi hubungan antara variabel.²

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam metode penelitian, kata populasi amat populer. Digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karena itu, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan

¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 1993, hlm. 202.

² *Ibid*, hlm. 5

kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UD. Sam Zain Collection. Oleh karena itu jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti atau tidak terhitung.

2. Sample

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁴. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*, di mana sampel diambil dengan cara *incidental sampling*. *Incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Rao Purba, sebagai berikut :⁵

$$n = \frac{Z^2}{4(\text{Moe})^2}$$

Ket :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,95

Moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimal yang bisa dikorelasi, di sini ditetapkan 10% atau 0,1

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau Z = 1,95 dan Moe 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,95^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8025}{0,04}$$

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 117.

⁴ *Ibid*, hlm. 118.

⁵ Sulistiyari, *Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap niat beli produk nokia*, <http://undip.com>, diakses pada 6 Juli 2015.

$$n = 95,06 \sim 100$$

Berdasarkan rumus di atas dapat diperoleh sampel populasi sebanyak 96. Namun, karena ada unsur pembulatan dan untuk mempermudah perhitungan maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden.

D. Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu atribut dari sekelompok obyek yang diteliti yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut. Variabel didefinisikan sebagai konsep yang memiliki variasi atau memiliki lebih dari satu nilai.⁶

Variabel dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel independen (variabel bebas), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel lain, yang pada umumnya berbeda dalam urutan tata waktu yang terjadi terlebih dahulu. Keberadaan variabel ini dalam penelitian merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel X.⁷

Variabel independen dalam penelitian ini adalah diferensiasi produk, yang terbagi menjadi dua variabel, yaitu desain produk (X1) dan kualitas produk (X2).

b. Variabel dependen (variabel terikat), yaitu variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini dalam penelitian adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel Y. Variabel dependen dari penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

⁶Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Pt Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2014, hlm. 59.

⁷*Ibid*, hlm. 61.

E. Definisi Operasional

Tabel 3.1

Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Desain Produk (X₁)	Totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk tertentu menurut yang disyaratkan dari segi kebutuhan pelanggan. ⁸	1. Ciri-ciri 2. Kinerja 3. Mutu kesesuaian 4. Tahan lama 5. Model 6. Tahan uji. 7. Kemudahan Perbaikan	- Inovatif produk - Ciri khas produk - Pembeda produk - Kenyamanan produk saat digunakan. - Produk memiliki kualitas bagus - Produk dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama. - Mampu memenuhi keinginan konsumen. - Produk memiliki keunggulan dan model yang unik. - Produk tidak mudah rusak - Produk mudah diperbaiki	Likert
Kualitas	Kecocokan	1. Performa	- Produk dompet	Likert

⁸ Mahmud dan Eko Alfianto, *Pengaruh Desain Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Yamaha Merek New Vixion Di Adiguna Sakti Motor Pandaan*, Jurnal Sketsa Bisnis, Vol 1, hlm. 3.

Produk (X₂)	untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. ⁹	(<i>Performance</i>) 2. Keistimewaan (<i>Features</i>) 3. Keandalan (<i>Reliability</i>) 4. Konformansi (<i>Conformance</i>) 5. Daya tahan (<i>Durability</i>) 6. Kemampuan pelayanan (<i>Serviceability</i>) 7. Estetika (<i>aesthetics</i>) 8. Kualitas yang dipersepsikan (<i>perceived quality</i>)	berkualitas. - Produk menarik. - Produk mudah digunakan. - Kesesuaian produk dengan yang ditawarkan. - Produk sesuai standart sasaran. - Produk dapat digunakan dalam jangka panjang. - Produk mudah diperbaiki. - Perpaduan warna sesuai. - Produk cukup dikenal.	
Keputusan Pembelian (Y)	Tindakan nyata yang terdiri dari beberapa tindakan meliputi keputusan mengenai jenis,	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian	- Produk mempunyai kelebihan. - Produk memiliki keunikan motif dan aneka seri. - Informasi tentang	Likert

⁹ Puji Isyanto, dkk, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blacberry pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang*, Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 4, Juli 2012, hlm. 855.

	<p>produk, merek, harga, kualitas, kuantitas, waktu pembelian, dan cara pembayaran.¹⁰</p>	<p>informasi</p> <p>3. Evaluasi alternatif</p> <p>4. Keputusan pembelian</p> <p>5. Perilaku pasca pembelian</p>	<p>produk diperoleh dari sumber pribadi : keluarga, teman, dan tetangga.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informasi tentang produk diperoleh dari sumber komersial : iklan dan wiraniaga. - Produk memiliki kualitas yang bagus. - Merek produk didominasi oleh merek-merek terkenal. - Harga produk cukup terjangkau. - Kepuasan setelah membeli produk. - Merekomendasikan produk kepada orang lain.
--	--	---	--

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode angket (*kuesioner*). Angket atau *kuesioner* adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan

¹⁰ Setiawan, dkk, *Pengaruh Atribut produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Jupiter Series Pada Dealer Yamaha Agung Motor Semarang*, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Semarang, hlm. 2.

respon (responden) sesuai dengan permintaan pengguna. Tujuan penyebaran angket ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dan responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.¹¹ Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon mengenai pengaruh inovasi produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian.

Adapun dalam pekerjaan analisis penelitian ini, penulis melakukan tiga tahap, diantaranya:¹²

1. Tahap persiapan

Kegiatan dalam tahap persiapan ini diantaranya :

- a. Mengecek nama dan kelengkapan identitas pengisi.
- b. Mengecek kelengkapan data, artinya memeriksa isi instrument pengumpulan data (termasuk pula kelengkapan lembaran instrument barang kali ada yang terlepas atau sobek).
- c. Mengecek macam isian data. Jika di dalam instrumen termuat sebuah atau beberapa item yang “tidak tahu” atau isian lain bukan yang dikehendaki peneliti, padahal isian yang diharapkan tersebut merupakan variabel pokok, maka item ini perlu didrop.

2. Tahap tabulasi

G.E.R Burroughas mengemukakan bahwa: klasifikasi analisis data sebagai berikut:

- a. Tabulasi data (*the tabulation of the data*).
- b. Penyimpanan data (*the summarizing of the data*).
- c. Analisis data untuk tujuan testing hipotesis.
- d. Analisis data untuk tujuan penarikan kesimpulan.

Adapun kegiatan dalam tabulasi ini adalah memberikan skor (*scoring*) terhadap item tiap-tiap soal, dan menganalisis data yang berasal

¹¹ Riduwan, *Op.cit.*, hlm. 71.

¹² Suharsimi Arikunto, *Op. Cit*, hlm. 235-238.

dari angket bergradasi atau bertingkat 1 sampai 5, peneliti menyimpulkan makna setiap alternatif sebagai berikut :

- a. “sangat setuju”, menunjukkan gradasi paling tinggi. Untuk kondisi tersebut diberi skor 5.
- b. “setuju” , menunjukkan peringkat yang lebih rendah dibandingkan dengan yang ditambah kata “sangat”. Oleh itu kondisi tersebut diberi skor 4.
- c. “netral”, menunjukkan peringkat yang lebih rendah dibandingkan dengan “setuju” maka diberi skor 3.
- d. “tidak setuju” menunjukkan peringkat yang lebih rendah dibandingkan dengan “netral” maka diberi skor 2.
- e. “sangat tidak setuju” yang berada digradasi paling bawah, diberi skor 1.

3. Penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian

Maksud tahap ini adalah pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan rumus-rumus atau aturan-aturan yang ada sesuai dengan pendekatan penelitian atau desain penelitian yang diambil.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen dari masing-masing variabel, maka dengan *degree of freedom* (df) = $n-k$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk dengan α 0,05.

Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.¹³

2. Uji Reliabilitas Instrument

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kenyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$). Namun, jika nilai *Cronbach Alpha* kurang dari 0,60, maka dikatakan tidak reliabel.¹⁴

H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan atau penyakit. Berikut ini macam-macam uji asumsi klasik:

1. Uji Data Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *Tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10 .¹⁵

¹³Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2001, hlm. 52-53.

¹⁴*Ibid*, hlm. 47-48.

¹⁵*Ibid*, hlm. 105.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁶

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan periode $t-1$. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem* autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas autokorelasi.

Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang menggunakan titik kritis yaitu batas bawah (d_l) dan batas atas (d_u). Uji Durbin- watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *Intercept* (konstanta) dalam model regresi, serta tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

¹⁶ *Ibid*, hlm. 139.

- a. Jika nilai DW terletak antara batas atas atau *Upper bound* (4-du), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- b. Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas atau Lower Bound (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- c. Bila nilai DW lebih besar dari (4-dl), maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- d. Bila nilai DW terletak di antara atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara (4-du) dan (4-dl), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.¹⁷

4. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara:

- a. Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.
- b. Dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.¹⁸

I. Analisis Data

1. Analisis Regresi Ganda

Regresi linear berganda adalah regresi dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua,

¹⁷ *Ibid*, hlm. 110-111.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 160-161.

tiga, dan seterusnya variabel bebas ($X_1, X_2, \dots, X_n$) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linear. Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda sebagai berikut:

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

Dimana:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

x_1 : Desain Produk

x_2 : Kualitas Produk

b_1 : Koefisien Regresi Variabel Desain Produk

b_2 : Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk

e : Pengganggu (Error).¹⁹

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji signifikansi parameter parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Uji signifikansi parameter individual dilakukan dengan uji statistik t. Kesimpulan yang diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan kriteria pengujian:

- a. Tingkat signifikansi $\alpha > 0,05$: maka H_0 diterima
- b. Tingkat signifikansi $\alpha < 0,05$: maka H_0 ditolak.²⁰

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti

¹⁹ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1*, Bumi Aksara, Jakarta, 2005, hlm. 269.

²⁰ Imam Ghazali, *Op.cit.*, hlm. 98-99.

variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²¹

4. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikansi parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen.²² Uji F digunakan untuk menentukan apakah masing-masing variabel bebas sebagai predictor mempunyai hubungan linieritas atau tidak dengan variabel terikat.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

²¹ *Ibid*, hlm. 97.

²² *Ibid*, hlm. 88