

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan, dimana peneliti mengambil sumber data utama untuk menjawab rumusan masalah ada di lapangan. Dilihat dari penelitian menurut tingkat eksplanasinya termasuk penelitian asosiatif.

Menurut Sugiyono, penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Terdapat tiga bentuk hubungan asosiatif, yaitu : hubungan simetris, hubungan kausal, dan interaktif/*reciprocal*/timbal balik.¹

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, 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/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

Filsafat positivisme memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Penelitian pada umumnya dilakukan pada populasi atau sampel tertentu yang representatif. Proses penelitian bersifat deduktif, di mana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis.³

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 57.

² Sugiyono, *Metode Penelitian*, 13.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 14.

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Nazir mengatakan bahwa populasi adalah berkenaan dengan data, bukan orang atau bendanya.

Nawawi menyebutkan populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif dari pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap.

Sedangkan menurut Riduan dan Tita Lestari mengatakan bahwa populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian.

Dari beberapa pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi IAIN Kudus yang sudah pernah membeli dan menggunakan handphone merek Samsung.

2. Sampel

Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.

Sugiyono memberikan pengertian bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Karena tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang atau benda akan diteliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya.⁵ Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampling yang peneliti gunakan yaitu *Non probability sampling*. *Non probability sampling* ialah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan (peluang) sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel yang digunakan adalah *Non probability sampling* dengan cara *Insidental Sampling*. *Insidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental

⁴ Riduan, *Dasar-Dasar Statistika* (Bandung : Alfabeta, 2016), 7-8.

⁵ Riduan, *Dasar-Dasar Statistika*, 10.

bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁶

Adapun sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi aktif IAIN Kudus yang sudah pernah membeli dan menggunakan handphone merek Samsung. Oleh karena jumlah populasi tidak diketahui maka dalam menentukan sampel menggunakan rumus sebagai berikut :⁷

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = *Margin of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan.

Dengan menggunakan *Margin of Error Max* sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar :

$$n = \frac{1,96}{4 (0,10)^2}$$

n = 96,04 atau 97

Dengan perhitungan tersebut, maka diambil sampel sebanyak 96,04 atau 97 orang. Agar penelitian ini menjadi fit maka sampel yang diambil menjadi 100 responden dengan ketentuan jumlah sampel tidak kurang dari minimal sampel yang telah ditentukan.

C. Variabel Penelitian

1. Identifikasi Variabel

a) Variabel Bebas (*independent variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi sebab atau berubah/mempengaruhi suatu variabel lain (*variabel dependent*). Juga sering disebut variabel bebas, prediktor, stimulus, eksogen atau

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 122.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 124.

antecedent.⁸ Dalam penelitian ini variabel independen adalah Citra Merek (X1), Harga (X2), dan Fitur (X3).

b) Variabel Terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Variabel ini juga sering disebut variabel terikat, variabel respons atau endogen.⁹ Dalam penelitian ini variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

D. Definisi Operasional

Berikut adalah tabel definisi operasional untuk penelitian ini :

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala	Referensi
1.	Citra Merek (X1)	<i>Brand image</i> , adalah citra yang dibangun dalam alam bawah sadar konsumen melalui informasi dan ekspektasi yang diharapkan melalui produk atau jasa. ¹⁰	a. Atribut produk b. Keuntungan konsumen c. Kepribadian merek ¹¹	<i>Likert</i>	Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst, <i>Jurnal Manajemen dan Keuangan</i> , 6, no. 1, (2017): 662.
2.	Harga (X2)	Harga (<i>price</i>) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing	<i>Likert</i>	Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst, <i>Jurnal Manajemen</i>

⁸ Sofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian : Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), 110.

⁹ Sofian, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, 110.

¹⁰ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (Yogyakarta : Andi Offset, 2016), 209.

¹¹ Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst, “Pengaruh Citra merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa”, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6, no. 1, (2017): 662.

		yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. ¹²	harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat ¹³		dan <i>Keuangan</i> , 6, no. 1, (2017): 662.
3.	Fitur (X3)	fitur adalah sarana kompetitif untuk mendefereasikan produk perusahaan dari produk pesaing. ¹⁴	a. Keragaman Fitur b. Kualitas Fitur c. Kepentingan Fitur d. Kelengkapan Fitur ¹⁵	<i>Likert</i>	Kotler dan Keller, Buku <i>Marketing Managemet Edisi 14</i> , (Global Edition, Pearson Prentice Hall, 2012).
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, memberi, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan suatu produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya. ¹⁶	a. Keputusan tentang jenis produk b. Keputusan tentang bentuk produk c. Keputusan tentang merek d. Keputusan tentang penjualannya e. Keputusan tentang jumlah produk f. Keputusan	<i>Likert</i>	Althaf Revi Kanitra dan Andriani Kusumawat, “ <i>Pengaruh Country of Origin dan Online Consumer Review terhadap Trust dan Keputusan Pembelian</i> ”, Jurnal

¹² Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*, 101.

¹³ Suri dan M. Oloan, “Pengaruh Citra Merek”, 663.

¹⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12* (Jakarta : Erlangga, 2006), 273.

¹⁵ Kotler dan Keller, *Marketing Management Edisi 14*, (Global Edition, Pearson Prentice Hall, 2012).

¹⁶ Suri dan M. Oloan, “Pengaruh Citra Merek”, 664.

			tentang waktu pembelian g. Keputusan tentang cara pembelian ¹⁷		Administrasi Bisnis, 61, no. 1 (2018): 68.
--	--	--	--	--	--

E. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini meliputi dua bagian pokok, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun penjelasan dari kedua pokok sumber data tersebut adalah sebagai berikut :¹⁸

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari penyebaran kuisioner secara langsung kepada 100 responden mahasiswa/mahasiswi yang sudah pernah membeli dan menggunakan handphone merek Samsung di IAIN Kudus. Dimana hasil data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya. Dalam penelitian ini data sekunder bersumber dari buku, jurnal dan artikel yang diambil dari internet.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuisioner. Kuisioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.¹⁹ Dalam kuisioner tersebut terdapat pertanyaan mengenai data diri responden serta pertanyaan dari indikator tiap-tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

¹⁷ Althaf Revi Kanitra dan Andriani Kusumawati, “Pengaruh *Country of Origin* dan *Online Consumer Review* terhadap *Trust* dan Keputusan Pembelian”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61, no. 1 (2018): 68.

¹⁸ Sofian, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, 128.

¹⁹ Sofian, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, 132.

Pertanyaan dalam kuisioner dibuat dengan menggunakan skala *Likert*. Skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala Likert memiliki dua bentuk pernyataan, yaitu : pernyataan positif dan negatif. Pernyataan positif diberi skor 5,4,3,2, dan 1. Sedangkan bentuk pernyataan negatif diberi skor 1,2,3,4, dan 5. Bentuk jawaban skala Likert terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Dengan rincian sebagai berikut :²⁰

1. Sangat Setuju (SS) = diberi bobot/skor 5
2. Setuju (S) = diberi bobot/skor 4
3. Netral (N) = diberi bobot/skor 3
4. Tidak Setuju (TS) = diberi bobot/skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = diberi bobot/skor 1

Semakin besar jumlah nilai yang diberikan responden untuk tiap faktor, menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

G. Teknis Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*).²¹

Tahap-tahap dalam analisis ini yaitu :

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuisioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner itu. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan nilai *r* tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ (n adalah jumlah sampel) dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel dan berkorelasi positif maka butir atau pernyataan tersebut valid²²

²⁰ Sofian, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, 138.

²¹ Sofian, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, 405.

²² Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015), 157-158.

2. Uji realibilitas

Uji realibilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$.²³

3. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Pada uji normalitas ini, pengujian dilakukan pada variabel citra merek (X_1), harga (X_2), fitur (X_3), dan keputusan pembelian (Y). Penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.²⁴

b. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan kolerasi antar variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya multikolinearitas ini dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation faktor* (VIF). Batas dari *tolerance value* $> 0,1$ atau nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.²⁵

c. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedestisitas pada suatu model dapat dilihat dengan gambar *scatterplot*.²⁶ Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedestisitas. Uji heteroskedestisitas dapat

²³ Wiratna, *Metodologi Penelitian*, 158.

²⁴ Wiratna, *Metodologi Penelitian*, 225.

²⁵ Wiratna, *Metodologi Penelitian*, 227.

²⁶ Wiratna, *Metodologi Penelitian*, 159.

dilakukan dengan menggunakan uji Glejser yaitu dengan menguji tingkat signifikansinya. Pengujian ini dilakukan untuk merespon variabel x sebagai variabel independen dengan nilai *absolut unstandardizer* residual regresi sebagai variabel dependent. Apabila hasil uji di atas level signifikan ($r > 0,05$) berarti tidak terjadi heteroskedestisitas dan sebaliknya apabila level di bawah signifikan ($r < 0,05$) berarti terjadi heteroskedestisitas.²⁷

4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linier, dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yang diolah dengan perangkat lunak SPSS.²⁸ Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Citra Merek

b_2 = Koefisien Harga

b_3 = Koefisien Fitur

X_1 = Variabel Citra Merek

X_2 = Variabel Harga

X_3 = Variabel Fitur

e = *Error*

5. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi (sig) di mana jika nilai sig di bawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F-statistik digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

²⁷ Wiratna, *Metodologi Penelitian*, 226.

²⁸ Wiratna, *Metodologi Penelitian*, 227.

Kriteria :²⁹

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau

- 1) Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel Independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.³⁰ Apabila nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf signifikan (α) $< 0,05$ dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan (α) $> 0,05$.

Kriteria :³¹

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau

- 1) Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (*Goodness of fit*), yang dinotasikan dengan R^2 merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.³² Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian karena analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda, maka yang digunakan adalah *Adjusted R Square*. Jika R^2 semakin besar, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin

²⁹ Wiratna, *Metodologi Penelitian*, 228.

³⁰ Wiratna, *Metodologi Penelitian*, 161.

³¹ Wiratna, *Metodologi Penelitian*, 229.

³² Wiratna, *Metodologi Penelitian*, 228.

tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah.³³



³³ Wiratna, *Metodologi Penelitian*, 164.