

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini ialah *field research* atau penelitian lapangan. Dimana penelitian ini dijalankan secara sistematis dan dilaksanakan secara langsung di lapangan guna memperoleh informasi.¹ Demi memperoleh informasi yang konkret, maka akan dilakukan kodifikasi data di lapangan demi mendapatkan pemahaman tentang Pengaruh Periklanan, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Merek Samsung pada Tanama Cell, Kelet Jepara.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dimana nantinya data yang didapatkan berupa angka dan dianalisis dengan upaya memberikan jawaban dari rumusan permasalahan atau hipotesis yang telah dirumuskan.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi menjadi sumber data yang jumlahnya banyak dan luas.² Populasi juga memiliki artian sebagai wilayah generalisasi berupa subyek dan obyek dengan ciri khas dan kualitas data khusus yang ditetapkan peneliti untuk dipahami dan disimpulkan.³

Penelitian ini memposisikan konsumen yang melakukan pembelian HP Samsung di Tanama Cell sebagai populasi dimana jenis populasinya tak hingga atau tak terbatas dimana populasi dalam hal ini jumlahnya tidak diketahui secara pasti dari konsumen yang menggunakan HP Samsung.

2. Sampel

Sampel ialah bagian dari cirikhas yang ada dalam populasi atau bagian dari populasi yang memberikan perwakilan

¹ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 4.

² Deni Dermawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 139.

³ Ananta Wikrama Tungga A. dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 79.

mengenai populasi yang diteliti menurut aturan tertentu.⁴ Ketika populasi jumlahnya terlalu besar dan tidak memungkinkan untuk menggunakan seluruhnya disebabkan keterbatasan tenaga, biaya dan waktu maka peneliti menggunakan sampel daripopulasinya. Melalui sampel yang representatif akan menghasilkan kesimpulan yang datanya mewakili populasi. Sehingga representatifnya sampel menjadi hal yang wajib.⁵

Dalam pengambilan sampel pada populasi memanfaatkan teknik *non probability sampling* dimana populasi tidak mempunyai peluang yang serupa dalam memposisikan dirinya sebagai sampel. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* atau teknik untuk memilih sampel dengan berbagai pertimbangan.⁶

Adapun kriteria dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Responden yang berusia 17 tahun ke atas /Telah memiliki KTP
- b. Responden berdomisili di jepara
- c. Telah melakukan pembelian handphonel merek Samsung di Tanama Cell.

sugiyono menjelaskan bahwasannya populasi terbagi kedalam dua hal yaitu diketahui jumlahnya dan tidak. Karena sebagian orang masyarakat jepara khususnya daerah kelet yang memiliki pengalaman membeli di Tanama Cell dimana jumlah sebenarnya tidak dipahami, sehingga penentuan sampel yang dilakukan memanfaatkan rumus Cochran :

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

Keterangannya:

- n = jumlah sampel yang di butuhkan
 z = harga dalam kurve normal untuk simpanan 5%, dengan nilai 1,96
 p = peluang benar 50% = 0,5
 q = peluang salah 50% = 0,5
 e = tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) = 10% (0,1)

⁴ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasia Media Publishing, 2015), 55-56.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 137.

⁶ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 57.

Berdasarkan rumus diatas maka perhitungan sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Maka dengan hasil ini bisa di peroleh jumlah sampel yang dibutuhkan yaitu 96 responden. Kecilnya kesalahan generalisasi dikarenakan jumlah sampelnya yang mendekati populasi.⁷ Maka melalui hasil perhitungan sampel, peneliti membulatkan jumlah sampelnya sebanyak 100 orang.

D. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian ialah sifat, nilai atau atribut dari objek, kegiatan atau orang yang memiliki variansi khusus yang di tetapkan oleh peneliti dan selanjutnya ditarik kesimpulan.⁸ Variabel dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel Independen (*variabel bebas*)

Variabel yang memiliki kemungkinan teoritis ata menjadi penyebab berpengaruh dengan variabel lain.⁹ Adapun yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah:

- a. Periklanan (X1)
- b. Citra Merek (X2)
- c. Kualitas Pelayanan (X3)

2. Variabel Dependen (*variabel terikat*)

Secara struktur variabel ini berfikir mengenai variabel yang di pengaruhi oleh perubahan variabel lainnya.¹⁰ Adapun penelitian ini memposisikan keputusan pembelian sebagai variabel Y.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan deskripsi teknis perihal metode untuk mengukur suatu konsep atas variabel yang diteliti. Variabel penelitian ini yaitu:

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 146.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013), 38.

⁹ Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 305.

¹⁰ Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, 305-306.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Periklanan	Periklanan merupakan segala jenis penyajian non-individu dan pengembangan ide, tenaga dan produk oleh suatu sponsor khusus yang membutuhkan pembayaran. ¹¹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Misi 2. Pesan yang di sampaikan 3. Media 	<i>Likert</i>
2	Citra Merek	Citra merek adalah penilaian pembeli terhadap suatu merek dalam sebuah pasar. Penilaian dapat dibuat berdasarkan pengalaman individu atau mendengar citra tersebut dari orang lain atau suatu media. ¹²	<ol style="list-style-type: none"> 1. Citra pembuat (<i>Corporate Image</i>) 2. Citra produk / konsumen (<i>product Image</i>) 3. Citra pemakai (<i>User Image</i>) 	<i>Likert</i>
3	Kualitas pelayanan	Kualitas pelayanan adalah gagasan yang secara tepat mewakili kinerja suatu pelayanan, khususnya pengujian keandalan (<i>excellence</i>) dalam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik (<i>tangible</i>) 2. Keandalan (<i>reability</i>) 3. Daya tangkap (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>) 	<i>Likert</i>

¹¹ Jimmy Lizardo dan Asnan, STRATEGI CO-DIGINATION MENGHADAPI KOMPETISI DIGITAL Membangun Daya Saing Perusahaan di Industri Media Luar Ruang, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 51.

¹² Eli Achmad Mahiri. Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 11, No 3, (2020): 230.

		<i>service encounter</i> yang diselesaikan oleh pembeli. ¹³	5. Empati (<i>emphathy</i>)	
4	Keputusan pembelian	Menurut Thomson keputusan pembelian adalah suatu tingkah laku atau kegiatan yang muncul sebagai respon terhadap objek, akan tetapi fokus objeknya yaitu semua hal yang berhubungan dengan tingkah laku pembelian. ¹⁴	1. Sesuai kebutuhan 2. Mempunyai manfaat 3. Ketepatan dalam membeli produk 4. Pembelian berulang. ¹⁵	<i>Likert</i>

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dijalankan demi mendapatkan data dalam penelitian ini terbagi kedalam dua teknik yaitu:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah metode kodifikasi informasi melalui beragam pertanyaan dan pernyataan dalam suatu daftar terhadap suatu objek yang hendak di teliti.¹⁶ Teknik kuisioner ini juga merupakan pernyataan dan pertanyaan bersifat tertutup atau terbuka, dan bisa di berikan seorang responden dengan langsung ataupun melalui internet. Sehingga metode kuisioner ini cocok untuk dignakan jika responden cukup besar dan juga tersebar di wilayah yang cukup luas.¹⁷ Metode ini digunakan untuk memperoleh data variabel Pengaruh Periklanan, Citra

¹³ Nasib, dkk. *Konsep Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Kampus Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa* (Surabaya: Global Aksara Pres, 2021), 3.

¹⁴ Dede Nurcahyanto, "Analisis Pengaruh Kualitas Kegunaan Website, Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Lazada," Universitas Putra Bangsa (2021): 2.

¹⁵ Kelvin Prilano, Andriasan Sudarso dan Fajrillah, "Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada," *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 1, No. 1 (2020): 4.

¹⁶ Iqbal Hasan, *Analisi Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Angkara, 2004), 24.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 225.

Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada handphone merek Samsung di Tanama Cell, Kelet Japara.

Dalam metode kuisisioner (*angket*) yang memanfaatkan skala likert dimana setiap yang dibuat memanfaatkan beberapa pilihan untuk memperoleh informasi yang bersifat subjektif dan pensekorannya yaitu:

Sangat Setuju (SS)	: diberi skor 5
Setuju (S)	: diberi skor 4
Netral (N)	: diberi skor 3
Tidak Setuju (TS)	: diberi skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: diberi skor 1

2. Wawancara atau Interview

Wawancara ini dijalankan dengan terstruktur melalui cara seorang peneliti sudah menyiapkan beragam pertanyaan terlebih dahulu yang berkenaan dengan tema penelitian demi mendapatkan data yang diinginkan.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Fungsi dari uji ini yaitu untuk memahami alat yang digunakan untuk mengukur sudah valid atau sah ataupun belum. Instrumen ini dinyatakan valid ketika pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner sudah bisa menghasilkan jawaban mengenai persoalan yang diukur. Untuk menentukan kelayakan item yang akan digunakan, maka akan diuji dengan melihat nilai signifikansinya 0,05, dimana hal ini berarti bahasannya item dinyatakan valid ketika $> 0,05$.¹⁸

Uji ini dijalankan dengan melakukan perbandingan r hitung dengan r_{tabel} pada df (*degree of freedom*) = $n - k$, dengan n = jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Dasar pengambilan keputusannya yaitu Jika r_{hitung} (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.¹⁹

2. Uji Reliabilitas

Fungsi uji ini untuk memahami konsistensi atau ketetapan instrumen yang menjadikan indikator pengukuran dari variabel.

¹⁸ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 90.

¹⁹ Masrukhin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, (Stain Kudus: Media Ilmu Press, 2009), 176.

Uji reliabilitas dijalankan untuk mendekteksi apakah anget sudah memiliki konsistensi dalam pengukurannya dari waktu ke waktu.

Pada uji ini bisa dijalankan dengan bantuan SPSS melalui uji statistik *Cronbach Alpha* dengan kriteriannya yaitu jika nilai pengujian uji statistik *Cronbach Alpha* lebih dari 0,70 ($\alpha > 0,70$). Namun, jika nilai cronbach Alpha kurang dari 0,70, maka dikatakan tidak valid.²⁰

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji ini dijalankan untuk memahami mengenai adanya korelasi yang terjadi di antara variabel independen pada versi regresi. Ketika terjadi hubungan diantara variabel independen dinamakan dengan terjadinya Multikolinieritas.

Dasar pengambilan keputusannya didapatkan dari perhitungan nilai tolerance dan VIF. Dasar pengambilan keputusannya yaitu ketika nilai tolerance $< 0,1$ atau sama dengan nilai VIF > 10 . Apabila nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka multikolinieritas tidak terjadi.²¹

2. Uji Normalitas

Uji ini dijalankan demi memahami nilai perbedaan yang terdapat dalam penelitian berdistribusi normal ataupun tidak. Nilai ini bisa dipahami dengan melihat kurva yang disajikan dalam output program SPSS berbentuk kurva seperti lonceng *bell-shaped curve* ketika distribusinya normal. Selain itu uji ini juga bisa dipahami dengan memanfaatkan *histogram regression residual*. Teknik yang digunakan yaitu dengan memanfaatkan uji kolmogorov-smirnov dengan dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a. Jika nilai probability sig 2 tailed $\geq 0,05$, maka distribusi data normal.
- b. Jika nilai probability sig 2 tailed $< 0,05$, maka distribusi data tidak normal.²²

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 46.

²¹ Muslikatun Mashadi, *Akuntabilitas Manajemen Organisasi Nirbala Studi Aplikatif Pada Yayasan Pendidikan* (Wonosobo: gaceindo, 2019), 58.

²² Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*, 85.

3. Uji Heterskedastisitas

Uji ini dijalankan untuk memahami mengenai ketidakserupaan variance dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Uji yang dijalankan untuk mengetahui heteroskedastisitas ialah uji Glejser, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Apabila nilai koefisien parameter untuk variabel independent memiliki nilai $\text{sig} \leq 0,05$: maka model regresi terdapat heteroskedastisitas.
- b. Apabila nilai koefisien parameter untuk variabel independent memiliki nilai $\text{sig} > 0,05$: maka model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.²³

I. Analisis Data

1. Analisis regresi linier berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui keadaan variabel dependen, ketika dua atau lebih variabel independen sebagai factor predictor dimanipulasi. Selain itu persamaan yang diberikan dalam penelitian ini untuk memahami ingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya.

Persamaan untuk menghitung analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini yaitu:

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

Keterangan:

- Y : Keputusan Pembelian
 a : Konstanta
 b1-3 : Koefisien regresi
 X₁ : Periklanan
 X₂ : Citra Merek
 X₃ : Kualitas Pelayanan
 e : sisa (*error*)

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji ini biasanya dipakai untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependennya. Dimana keputusannya didasarkan pada mengetahui uji simultan ini yaitu dengan membandingkan hasil F hitung dan Ftabelnya:

²³ Slamet Riyanto, Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen* (Yogyakarta: Budi Utama, 2020), 209.

- a. Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak.
 - b. Jika $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$ maka H_0 diterima. ²⁴
3. Uji Statistik Parsial (Uji t)
- Uji ini digunakan untuk memahami secara mandiri pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara signifikan ataupun tidak. Uji ini diketahui dengan membandingkan antara $t \text{ hitung}$ dengan $t \text{ tabelnya}$ dimana dasar pengambilan keputusannya yaitu:
- a. Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak.
 - b. Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima. ²⁵
4. Koefisien Determinasi (R^2)
- Uji ini dijalankan untuk memahami tingkat kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel yang terikat. Nilai Koefisien determinasi ialah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat juga terbatas. Namun ketika nilai R^2 nya besar atau mendekati satu maka dominasi informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

²⁴ Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 137-138.

²⁵ Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 139.