

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif yang bersifat kausal. Strategi penelitian asosiatif menurut Sugiyono (2016:12) adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Berdasarkan tujuan dan kerangka konseptual penelitian, maka strategi asosiatif digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Smartphone Samsung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan deskriptif menurut Sugiyono (2016:11) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Strategi deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana persepsi responden tentang gaya hidup, persepsi harga, dan promosi. Adapun penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2016:14) adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Pendekatan penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif, dimana data yang dianalisis berupa angka yang bersumber dari data kualitatif (kuesioner) yang diangkakan menggunakan skala likert.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya menurut Sugiyono (2017:80). Populasi dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian smartphone Samsung di daerah Kecamatan Tanjung Priok.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel adalah teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dilihat orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data untuk penelitian (Sugiyono, 2017:85).

Penelitian ini memiliki populasi yang jumlah dan besarnya tidak diketahui secara pasti, maka digunakan rumus *Margin of Error*, sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan penentuan sampel 95% atau 1,96

Moe = *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,1)^2} = 96,04 \approx \text{atau dibulatkan } 97$$

Setelah dilakukan perhitungan dengan rumus Moe , maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama, yang dikumpulkan peneliti untuk menjawab masalah yang ditemukan dalam penelitian yang didapat secara langsung dari narasumber baik wawancara maupun melalui angket (Sugiyono, 2017: 137). Data primer dalam penelitian ini informasi tentang gaya hidup (X_1), persepsi harga (X_2), promosi (X_3), dan keputusan pembelian (Y) yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada warga yang ada di Kecamatan Tanjung Priok.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari dokumen perusahaan (Sugiyono, 2017: 137).

3.3.2 Cara Pengumpulan Data

1. Pengumpulan data primer

Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan/pernyataan tertulis kepada responden untuk dimintai jawaban tentang gaya hidup, persepsi harga, promosi, dan keputusan pembelian.

2. Pengumpulan data sekunder

Metoda untuk mengumpulkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan dokumentasi. Teknik dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang bersumber dari perusahaan atau pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini dan juga *website* serta jurnal. Dalam

penelitian ini data sekunder yang diperoleh berasal dari dokumen-dokumen perusahaan.

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner yang diukur dengan menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu (Sugiyono, 2017: 93). Jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti yang tercantum pada Tabel 3.1

Tabel 3.1. Skala *Likert* untuk Instrumen Penelitian

Jawaban	Kode	Nilai
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Setuju	S	3
Sangat Setuju	SS	4

Sumber : Sugiyono (2017: 93)

Penggunaan skala likert dimaksudkan untuk mengubah data dari kualitatif menjadi kuantitatif sehingga mempermudah analisa dalam penelitian. Data yang terkumpul dari kuesioner ditabulasi. Penggunaan skala likert dimaksudkan untuk mengubah data dari kualitatif menjadi kuantitatif sehingga mempermudah analisa dalam penelitian.

Tabel 3.2. Indikator Variabel Gaya Hidup

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1	Kegiatan	Berbagai hal yang dilakukan konsumen sehari - hari	1
2	Minat	Sesuatu hal yang dianggap penting oleh konsumen	2
3	Opini	Cara konsumen memandang diri sendiri dan sekitarnya	3

Sumber : Setiadi(2010:78)

Tabel 3.3. Indikator Persepsi Harga

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1	Kesesuaian Harga Produk dengan Kualitas Produk	- Membandingkan harga dengan produk - Harga yang ditawarkan sesuai dengan produk	4 5
2	Daftar Harga	-Informasi mengenai harga -Menawarkan harga untuk bahan pertimbangan konsumen	6 7
3	Potongan Harga Khusus	-Mendapatkan keuntungan dari suatu produk -Manfaat lebih dari suatu produk	8 9
4	Harga yang di Persepsikan	-Persepsi pelanggan terhadap harga yang diterima -Persepsi harga (tinggi, rendah atau adil)	10 11

Sumber : Kotler dan Armstrong (2012:278)

Tabel 3.4. Indikator Variabel Promosi

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1	Frekuensi Penjualan	Jumlah promosi dalam suatu waktu	12
2	Kualitas Promosi	Mengukur baik atau tidaknya suatu promosi	13
3	Ketetapan Waktu atau Kesesuaian Sasaran	Pencapaian target penjualan sesuai sasaran	14
4	Waktu Promosi	Lamanya masa waktu promosi	15

Sumber : Kotler dan Keller (2009:180)

Tabel 3.5 Indikator Variabel Keputusan Pembelian

No.	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1	Pengenalan Kebutuhan	Produk menjadi suatu kebutuhan	16
2	Pencarian Informasi	-Perolehan informasi dari teman -Perolehan informasi dari media sosial	17 18
3	Evaluasi alternative	Membandingkan kelebihan antar suatu produk dengan produk lain	19
4	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian berdasarkan kebutuhan yang tepat	20
5	Tingkah laku pasca pembelian	-Merasa puas terhadap produk yang di beli -Merekomendasikan kepada orang lain	21 22

Sumber : Kotler dan Keller (2012:235)

Agar kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer maka sebelum digunakan harus dilakukan pengujian terlebih dahulu, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

(1) Uji Validitas

Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017: 121). Uji validitas untuk mengetahui apakah setiap item valid atau tidak. Dengan demikian instrumen (kuesioner) yang diberikan harus valid dalam arti instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus dihilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner, apakah item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur (Sugiyono, 2017: 123). Instrumen penelitian dikatakan valid untuk penelitian jika memiliki nilai validitas (r_{hitung}) lebih besar dari 0,30 (r_{kritis}). Uji validitas dapat dilakukan dengan menghitung korelasi Pearson antara skor item dengan skor total instrumen. Rumus koefisien korelasi Pearson yang biasa disebut dengan *Pearson Product Moment* (Sugiyono, 2017: 125):

$$r_{hitung} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{(n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2) - (n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}} \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan :

- r_{hitung} = Koefisien korelasi antara variabel X dengan Y
- n = Jumlah responden
- X_i = Skor pernyataan setiap nomor
- Y_i = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

(2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan dapat dipercaya atau dapat diandalkan atau hasil pengukuran konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap obyek dan alat pengukuran yang sama. Sugiyono (2017: 130) menyatakan bahwa instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila *cronbach's alpha* sebesar 0,60 atau lebih. Hasil *cronbach's alpha* diperoleh menggunakan bantuan program SPSS versi 25.0.

2. Pengumpulan data sekunder

Metoda untuk mengumpulkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan dokumentasi. Teknik dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang bersumber dari perusahaan atau pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini dan juga *website* serta jurnal. Dalam penelitian ini data sekunder yang diperoleh berasal dari dokumen-dokumen perusahaan.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2017: 39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu gaya hidup (X_1), persepsi harga (X_2), dan promosi (X_3). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017: 39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

1. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu :

a) *Gaya Hidup (X_1)*

Kotler dan Keller (2012:192) Pengertian gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang

dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Sumarwan (2011:57) Pengertian gaya hidup adalah penggambaran dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang. Terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut (Setiadi,2010:78):

- 1) Kegiatan (*Activity*) adalah bagaimana konsumen menghabiskan waktu dalam kehidupan sehari-hari.
- 2) Minat (*Interest*) adalah sesuatu hal yang menjadi minat atau apa saja yang ada di sekeliling konsumen yang dianggap penting dalam kehidupan dan berinteraksi sosial.
- 3) Opini (*Opinion*) adalah cara konsumen memandang diri sendiri dan dunia disekitar mereka.

b) *Persepsi Harga (X2)*

Menurut (Peter and Olson, 2014:246) bahwa *price perception* (persepsi harga) merupakan hal yang menyangkut bagaimana informasi suatu harga dapat dipahami oleh konsumen, sehingga juga dapat bermakna bagi setiap konsumen. Ada 3 indikator persepsi harga yaitu, *discount and allowance*, *Psychological*, dan *Promotional*.

c) *Promosi (X3)*

Pengertian promosi menurut Kotler dan Armstrong (2014:77): Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu.

d) Keputusan Pembelian atau disebut dengan variabel terikat (Y)

Menurut Tjiptono (2014:21) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

3.5. Metode dan Analisis Data

3.5.1. Cara Pengolahan dan Penyajian Data

Pengolahan data dengan komputer yaitu dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi tingkat kesalahan yang besar. Setelah data diolah, kemudian diperoleh hasil atau *output* SPSS. Hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel, agar lebih rapih dan lebih mudah dibaca juga dipahami.

3.5.2. Analisis statistik data

Metode analisis statistik data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis (parsial dan simultan).

1. Analisis koefisien determinasi

Menurut Ghozali (2014: 97) koefisien determinasi (KD) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai KD adalah dari nol sampai satu. Nilai KD yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, maka digunakan KD dengan rumus :

(1) KD parsial X_1 terhadap Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$KD_{1.23} = (r_{Y1.23})^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.3)$$

(2) KD parsial X_2 terhadap Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$KD_{2.13} = (r_{Y2.13})^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.4)$$

(3) KD parsial X_3 terhadap Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$KD_{3.12} = (r_{Y3.12})^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.5)$$

(4) KD berganda X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y

$$KD_{123} = (r_{Y123})^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.6)$$

Keterangan :

$r_{Y1.23}$ = Koefisien korelasi parsial X_1 dengan Y (X_2 , X_3 konstan)

$r_{Y2.13}$ = Koefisien korelasi parsial X_2 dengan Y (X_1 , X_3 konstan)

$r_{Y3.12}$ = Koefisien korelasi parsial X_3 dengan Y (X_1 , X_2 konstan)

r_{Y123} = Koefisien korelasi berganda X_1 , X_2 , dan X_3 dengan Y

2. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maupun secara simultan. Dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari KD. Nilai KD merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi (r). Dalam pengujian hipotesis secara statistik tidak ada pengujian hipotesis terhadap KD. Oleh karena itu, dalam pengujian hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap koefisien korelasi populasi (ρ).

(1) Pengujian hipotesis secara parsial

a. Gaya Hidup (X_1) terhadap keputusan Pembelian (Y)

$H_0 : \rho_{1.23} = 0$ (secara parsial gaya hidup tidak signifikan dengan keputusan pembelian)

$H_a : \rho_{1.23} \neq 0$ (secara parsial gaya hidup signifikan dengan keputusan pembelian)

b. Persepsi Harga (X_2) terhadap keputusan Pembelian (Y)

$H_0 : \rho_{2.13} = 0$ (secara parsial persepsi harga tidak signifikan dengan keputusan pembelian)

$H_a : \rho_{2.13} \neq 0$ (secara parsial persepsi harga signifikan dengan keputusan pembelian)

c. Promosi (X_3) terhadap keputusan Pembelian (Y)

$H_0 : \rho_{3.12} = 0$ (secara parsial promosi tidak signifikan dengan keputusan pembelian)

$H_a : \rho_{3.12} \neq 0$ (secara parsial promosi signifikan dengan keputusan pembelian)

Untuk menguji signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dapat dilihat dari nilai *significance t* dibandingkan dengan α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria, sebagai berikut:

H_0 ditolak, jika *significance t* $< 0,05$

H_0 diterima, jika *significance t* $\geq 0,05$

(2) Pengujian hipotesis secara simultan

$H_0 : \rho_{123} = 0$ (secara simultan gaya hidup, persepsi harga, dan promosi tidak signifikan dengan keputusan pembelian)

$H_a : \rho_{123} \neq 0$ (secara simultan gaya hidup, persepsi harga, dan promosi signifikan dengan keputusan pembelian)

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel terikat secara simultan, dapat dilihat dari nilai *significance F* dibandingkan dengan α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria, sebagai berikut:

H_0 ditolak, jika *significance F* $< 0,05$

H_0 diterima, jika *significance F* $\geq 0,05$

Jika hasil pengujian hipotesis, baik secara parsial maupun simultan, H_0 ditolak dan H_a diterima maka nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan kontribusi pengaruh perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat.