

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena gejala-gejala hasil pengamatan dikonversikan ke dalam angka-angka yang dianalisis menggunakan statistik. Creswell (2014:13) mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif mengharuskan peneliti untuk menjelaskan bagaimana variabel mempengaruhi variabel yang lain.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017:120). Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh antara variabel harga (X_1), citra merek (X_2), kualitas produk (X_3), harga (X_4) terhadap proses keputusan pembelian (Y) iphone.

Creswell (2014:6) menyatakan bahwa strategi ini merupakan strategi dimana peneliti menggunakan data yang ditemukan dari satu metode dengan metode lainnya. Strategi ini dapat dilakukan dengan interview terlebih dahulu untuk mendapatkan data kualitatif lalu diikuti dengan data kuantitatif karena gejala-gejala hasil pengamatan dikonversikan kedalam angka-angka yang dianalisis menggunakan statistic. Creswell (2014:12) mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif mengharuskan peneliti untuk menjelaskan bagaimana variabel mempengaruhi variabel yang lain.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan himpunan yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:148).

Populasi umum : Seluruh pelanggan yang melakukan pemakaian iphone di kompleks Gading Griya

Populasi sasaran : Seluruh pelanggan yang melakukan pemakaian iphone di kompleks Gading Griya minimal penggunaan 6 bulan.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sugiyono (2017:81) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi sasaran, dan apabila populasi besar dan peneliti tidak mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Agar mempermudah penulis dalam melakukan penelitian, maka tidak semua populasi dijadikan responden sehingga dilakukan penelitian ukuran sampel. Adapun penetapan ukuran sampel dalam penelitian ini menurut Rao Purba dalam (Sujarweni, 2015:100), yaitu:

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

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

Z : Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel (95% = 1,96)

moe: *margin of error* kesalahan maksimum yang bisa ditolerir sebesar 10%

Dengan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

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

$$n = 97$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 100 responden. Alasannya, karena semakin banyak sampel yang digunakan maka hasilnya semakin baik.

Sugiyono (2017:81) menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Menurut Sugiyono (2017:60) mengemukakan teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, menurut Sugiyono (2017:84) teknik *non probability sampling* adalah metode sampling yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan menggunakan teknik pendekatan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017:85) teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sekelompok subyek dalam *purposive sampling* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya, dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.

Alasan pemilihan teknik sampel menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria dengan yang telah peneliti tentukan. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan peneliti untuk mendapatkan sampel yang representatif. Adapun kriteria responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berusia minimal 17 tahun, karena peneliti membutuhkan jawaban yang kritis (terdapat pertanyaan yang bersifat mendetail dengan disertai pemberian skor).
2. Para pengguna dan pembeli yang sudah pernah membeli Iphone dan sudah menggunakan.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Jenis data dibedakannya menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder, tetapi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

3.3.1 Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Sugiyono (2017:137) menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data primer menunjukkan bahwa perubahan dari variabel proses keputusan pembelian dipengaruhi oleh citra merek, kualitas produk, harga dan fasilitas fitur..

3.3.2 Data Sekunder

Sugiyono (2017:137) menyatakan bahwa data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) yang telah dipublikasikan. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain: studi pustaka, jurnal, dan media informasi lainnya. harga, kualitas produk, promosi, citra merek dan proses keputusan pembelian.

3.3.3. Metoda Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2017:200). Selanjutnya Nazir (2016:179) mengatakan bahwa pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Dari penjelasan tersebut maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner.

Sugiyono (2017:142) menyatakan bahwa *kuisoner* merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2017:143) kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan terbuka, misalnya nama responden, tempat tinggal responden, usia responden dan menggunakan pertanyaan tertutup yaitu meminta responden untuk

memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dari setiap pertanyaan. Dalam penelitian ini alat yang digunakan dalam pengumpulan data berupa daftar pernyataan terhadap faktor-faktor yang akan diberikan skor atau nilai terhadap jawaban responden yaitu dengan menggunakan *skala likert*. Segiyono (2015:165) menyatakan bahwa *skala likert* merupakan alat yang digunakan untuk mengembangkan instrument yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, rancangan suatu produk, proses membuat produk dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan. Jawaban dari pertanyaan responden (kuantitatif) diubah menjadi kuantitas berupa angka atau skor (Sugiyono, 2017:94) seperti tabel dibawah ini:

Tabel 3.1. Tanggapan Responden dan Skor untuk jawaban responden

Simbol	Keterangan	Skor
SS	Sangat setuju	5
ST	Setuju	4
RG	Ragu-ragu	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2017:97)

Keterangan : untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat setuju (SS)” maka memiliki bobot nilai 5, untuk pertanyaan dengan jawaban “setuju (ST)” maka memiliki bobot nilai 4, untuk pertanyaan dengan jawaban “ragu-ragu (RG)” maka memiliki bobot nilai 3, untuk pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju (TS)” maka memiliki bobot 2, dan untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat tidak setuju (STS)” maka memiliki bobot nilai 1.

3.4. Operasional variabel

Sugiyono (2017:95) menyatakan bahwa variabel penelitian merupakan sifat atau nilai dari orang, objek, ataupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan disimpulkan. Dalam penelitian ini dibagi menjadi dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Operasional variabel

adalah suatu atribut seseorang atau obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:39). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis variabel, yaitu citra merek (X_1), kualitas produk (X_2), harga (X_3), fasilitas fitur (X_4) sebagai variabel independen dan proses keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen.

3.4.1. Variabel Independen

Menurut sugiyono (2017:39) variabel independen adalah semua variabel yang tidak ada penyebab-penyebab eskplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak panah yang menuju kearahnya, selain pada bagian kesalahan pengukuran. Jika antara variabel ini dikorelasikan maka korelasi ditunjuk dengan anak panah berkepala dua yang membangun variabel-variabel tersebut. Variabel ini disebut pula independen variabel, dalam penelitian ini termasuk dalam variabel independen adalah citra merek, kualitas produk, harga, dan fasilitas fitur.

3.4.2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel dependen menurut variabel yang mempunyai anak panah-anak panah menuju kearah variabel tersebut. Variabel yang termasuk didalamnya mencakup semua variabel perantara dan tergantung. Variabel perantara dependen mempunyai anak panah yang menuju kearahnya dan dari arah variabel tersebut dalam suatu model. Adapun variabel tergantung hanya mempunyai anak panah yang menuju kearahnya. Variabel ini disebut pula dependen variabel, dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel dependen adalah proses keputusan pembelian.

Variabel-variabel yang diukur dan dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator ini akandijadikan dasar untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan dalam kuisoner. Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2.Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sub indikator	Item	Kode
Citra merek (X₁) (Keller 2016:97)	1. Citra Korporat	1. Membangun imagenya dan mempengaruhi segala hal yang dilakukan perusahaan	1	CM1
	2. Citra produk /konsumen	2. Mendukung terciptanya citra merek yang positif maupun negative	2	CM2
	3. Citra pemakai	3. Penilaian pribadi konsumen dari produk tersebut	3	CM3
Kualitas Produk (X₂) (Kotler dan Keller 2016:143)	1. Kinerja produk	1. Kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan produk yang sudah dibeli	4	KP1
	2. Daya tahan	2. Berapa lama produk dapat digunakan	5	KP2
	3. Keseusian atau ketepatan barang	3. Produk yang dijual konsumen dapat melihat langsung	6	KP3

	4. Fitur	4. Menyempurnakan dengan beberapa fitur tambahan agar konsumen memilih produk tersebut	7	KP4
	5. Reabilitas	5. Kemungkinan produk akan memuaskan atau tidak , karena kemungkinan kecil produk yang dibeli konsumen rusak	8	KP5
Harga (X₃) (Kotler dan Armastrong, 2014:432)	1. Keterjangkauan harga	1. Tingkat kemampuan konsumen membeli produk yang ditawarkan	11	HG1
	2. Kesesuain harga dengan kualitas produk	2. Adanya hubungan positif antara harga dengan kualitas produk agar konsumen mengambil keputusan untuk membeli	12	HG2
	3. Daya saing harga	3. Harga bersaing	13	HG3

	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	4. Harga dengan citra produksi harus memiliki hubungan yang positif	14	HG4
Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Fasilitas Fitur (X₄) (Keren, et al 2014)	1. Kinerja produk	1. Produk Iphone sangat mudah dioperasikan	15	FF1
	2. Kepuasan dengan produk	2. Produk dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk dan menambah minat konsumen	16	FF2
	3. Desain	3. Desain produk Iphone sangat baik	17	FF3
	1. Pengenalan masalah	1. Mengenali suatu masalah atau kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi	18	KEP1
	2. Pencarian informasi	2. Mencari informasi yang lebih banyak	19	KEP2

Proses Keputusan pembelian (Y) (Kotler dan Armstrong 2014:176)	3. Penilaian alternatif	tentang produk yang ingin dibeli 3. Alternatif pilihan disesuaikan dengan yang memenuhi kebutuhan konsumen	20	KEP3
	4. Keputusan pembelian	4. Melakukan penentuan keputusan pembelian berdasarkan : a. Harga b. Kualitas produk	21	KEP4
	5. Perilaku setelah pembelian	5. Sikap konsumen setelah melakukan pembelian	22	KEP5

Dari data operasional variabel yang digunakan pada tabel di atas, untuk penentuan pengukuran dari masing-masing item variabel menggunakan *skala likert* jawaban dari masing-masing item instrument akan diberikan skala dari 1 sampai 5. Untuk skor “5 = Sangat Setuju (ST)”, “4 = Setuju (S)”, “3 = R (Ragu-ragu)”, “2 = Tidak Setuju (TS)”, “1 = Sangat Tidak Setuju (STS)”.

3.5. Metoda analisis data

3.5.1 Uji Instrumen Penelitian

Instrument penelitian yaitu suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati Sugiyono (2015:329) Pertanyaan-pertanyaan

dalam kuesioner penelitian ini di uji dengan uji validitas dan realibilitas yaitu sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Validitas artinya data yang valid adalah data yang akurat atau data yang tepat. Sementara itu, uji validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi atau arti sebenarnya yang diukur, re (2013:205) Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pernyataan instrument yang diberikan kepada pengguna iphone dikomplek gading griya jakarta utara sebagai sampel penelitian. Dalam penelitian ini jumlah sampelnya adalah 100 responden (n = 100), instrument dikatakan valid (akurat) untuk penelitian ini validitas lebih besar atau sama 0,30 dan apabila instrument tersebut kurang dari 0,30 dinyatakan tidak valid (tidak akurat). Dalam penelitian ini rumus yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas menggunakan rumus *Product Moment* yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

X : Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y : Skor total yang diperoleh dari seluruh item

N : Banyaknya responden

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu berkenan dengan konsisten, presisi, dan ketelitian. Dalam penelitian reliabilitas berkaitan dengan derajat konsistensi data dan stabilitas data. Suatu data dikatakan reliabel bila data tersebut konsistensi dan menunjukkan adanya ketelitian. Kuncoro (2013:208) Reliabilitas menyatakan ketelitian atau konsistensi data. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila

dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok objek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (aspek yang diukur belum berubah) meskipun tetap ada toleransi bila terjadi perbedaan. Jika perbedaan tersebut sangat besar dari waktu ke waktu, maka hasil pengukuran tidak dapat dipercaya (dikatakan tidak reliabel). Adanya nilai toleransi perbedaan pengukuran ini disebabkan karena perbedaan waktu pengukuran dapat mempengaruhi perbedaan jawaban responden.. Hasil pengukuran dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* > 0,60. Rumus *Alpha Cronbach* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : Koefisien Reliabilitas instrument (*cronbach alpha*)

K : Jumlah item pernyataan yang di uji

$\sum \sigma^2$: Total varians item

σ_t^2 : Total varians

3.5.2 Metoda Pengolahan Data

Di dalam pengolahan data penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22.0. Hal ini dilakukan agar mempermudah dalam mengolah data statistik dengan lebih cepat dan tepat.

3.5.3 Metoda Penyajian Data

Di dalam penelitian ini data yang dikumpulkan dan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

3.5.4 Analisis Statistik Data

1. Statistika Deskriptif

Sugiyono (2017:149) mengemukakan bahwa statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Data yang terkumpul dalam penelitian ini dijelaskan dalam bentuk tabel, diagram, dan grafik terkait dengan deskripsi jawaban responden, sedangkan analisis jawaban responden menggunakan indeks persepsi.

Analisa Deskriptif digunakan untuk penggambaran tentang data statistik seperti minimum, maksimum, mean, standart deviation, range. Penelitian ini menggunakan variabel citra merek, kualitas produk, harga dan fasilitas fitur terhadap proses keputusan pembelian iphone dikomplek gading griya jakarta utara.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang kecil menandakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2018;97)

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Maka menggunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

a. KD parsial X_1 terhadap Y (X_2 , X_3 , dan X_4 konstan)

$$KD_{1.234} = r_{Y1.234}^2 \times 100\%$$

b. KD parsial X_2 terhadap Y (X_1 , X_3 , dan X_4 konstan)

$$KD_{2.134} = r_{Y2.134}^2 \times 100\%$$

c. KD parsial X_3 terhadap Y (X_1 , X_2 , dan X_4 konstan)

$$KD_{3.124} = r_{Y3.124}^2 \times 100\%$$

d. KD parsial X_4 terhadap Y (X_1 , X_2 , dan X_3 konstan)

$$KD_{4.123} = r_{Y4.123}^2 \times 100\%$$

e. KD parsial X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 terhadap Y

$$KD_{1234} = r_{Y1234}^2 \times 100\%$$

Keterangan :

$r_{Y1.234}$ = Koefisien korelasi parsial antara X_1 terhadap Y (X_2 , X_3 , dan X_4 konstan)

$r_{Y2.134}$ = Koefisien korelasi parsial antara X_2 dengan Y (X_1 , X_3 , dan X_4 konstan)

$r_{Y3.124}$ = Koefisien korelasi parsial antara X_3 dengan Y (X_1 , X_2 , dan X_4 konstan)

$r_{Y4.123}$ = Koefisien korelasi parsial antara X_4 dengan Y (X_1 , X_2 , dan X_3 konstan)

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengukur adanya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial dan simultan.

Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikasinya. Tingkat signifikasinya yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Apabila tingkat signifikansi yang dipilih sebesar 5% maka tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. Dalam penelitian ini ada kemungkinan mengambil proses keputusan yang salah sebesar 5% dan kemungkinan mengambil proses keputusan yang benar sebesar 95%.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Pengujian hipotesis secara parsial

a. Pengaruh citra merek (X_1) terhadap *proses keputusan pembelian* (Y)

$$H_0 : \rho_{Y1.234} = 0$$

$$H_a : \rho_{Y1.234} \neq 0$$

b. Pengaruh kualitas produk (X_2) terhadap *proses keputusan pembelian* (Y)

$$H_0 : \rho_{Y2.134} = 0$$

$$H_a : \rho_{Y2.134} \neq 0$$

c. Pengaruh harga (X_3) terhadap *proses keputusan pembelian* (Y)

$$H_0 : \rho_{Y3.124} = 0$$

$$H_a : \rho_{Y3.124} \neq 0$$

d. Pengaruh fasilitas fitur (X_4) terhadap *proses keputusan pembelian* (Y)

$$H_0 : \rho_{Y4.123} = 0$$

$$H_a : \rho_{Y4.123} \neq 0$$

Untuk menguji pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, memiliki taraf nyata α sebesar ($5\%=0,05$) dengan kriteria pengujian:

Jika signifikan $t < 0,05$, maka H_0 ditolak.

Jika signifikan $t \geq 0,05$, maka H_a diterima.

2. Pengujian hipotesis secara simultan

$$H_0 : \rho_{Y1234} = 0$$

$$H_a : \rho_{Y1234} \neq 0$$

Menentukan taraf nyata α yang digunakan sebesar ($5\% = 0,05$) dengan kriteria:

Jika signifikan $F < 0,05$, maka H_0 ditolak.