

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Strategi dan Metode Penelitian**

Pada penelitian ini strategi yang akan dipakai yaitu penelitian strategi asosiatif, menurut Sugiyono (2018:63) ialah sebuah pertanyaan penelitian yang berkarakter menanyakan korelasi antara dua variabel dan lebih. Strategi penelitian asosiatif terdapat 3 bentuk hubungan antara lain, hubungan simetris, hubungan kausal serta interaktif atau timbal balik. Pada penelitian ini strategi asosiatif yang digunakan adalah kaitannya kausal, yaitu hubungan yang saling mempengaruhi (Sugiyono, 2018:65). Dalam hal ini peneliti bermaksud untuk mengetahui hubungan antara variabel X1 (Kualitas Produk), X2 (Citra Merek), X3 (Persepsi Harga) dengan variabel Y (Keputusan pembelian) *smartphone* Asus ROG di kecamatan Jatinegara.

Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik survei dengan cara penyebaran kuesioner kepada pengguna *smartphone* Asus ROG. Kuesioner adalah daftar pernyataan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Peneliti ingin mengetahui apakah variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), Persepsi Harga (X3) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y).

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi Penelitian**

Sugiyono (2018:136) mengemukakan pengertian populasi ialah daerah general yang didalamnya ada objek serta subjek yang memiliki kualitas serta ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Arikunto (2013:16) populasi ialah kelengkapan subyek penelitian. Apabila orang tersebut ingin meneliti seluruh

komponen yang ada di dalam daerah maka penelitiannya adalah penelitian populasi. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen atau pengguna aktif *smartphone* Asus ROG. Populasi bisa juga disebut apabila sekelompok unsur menjadi objek dalam penelitian semua yang ingin diketahui. Adapun populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh pengguna *smartphone* Asus ROG dan jumlah anggota populasinya tidak diketahui

### 3.2.2 Sampel Penelitian

Sugiyono (2018:118) mengemukakan bahwa sampel ialah bagian dari jumlah serta karakteristik dari populasi. Jika suatu populasi luas dan peneliti tidak mendalami seluruh yang ada dalam populasi, misalkan sebab ketergantungan biaya, energi serta tempo waktu, lalu peneliti dapat memakai sampel yang diambil dalam populasi itu, kesimpulan dapat diberlakukan untuk populasi apabila telah dikaji dari sampel. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* ialah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2018: 144). Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar *representative* (mewakili) alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena penulis ingin menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Kriteria sampel dalam penelitian ini konsumen atau pengguna *smartphone* Asus seri ROG di wilayah Kecamatan Jatinegara.

Pengukuran sampel dapat ditentukan dengan menggunakan karakteristik Ferdinand dalam Arianto (2013:299) menjelaskan bahwa penelitian multivariate (termasuk yang menggunakan analisis regresi multivariate) besarnya sampel ditentukan sebanyak 25 kali variabel independen. Adapun perhitungan sampel tersebut adalah sebagai berikut :

$$N = (\text{Variabel bebas} + \text{terikat}) \times 25$$

$$N = 4 \times 25$$

$$N = 100$$

Berdasarkan rumus penentuan sampel diatas, maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah 100 sampel.

### 3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui survey. Menurut Sugiyono (2018 : 213) data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti untuk menjadi sumber primer data atau sumber langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung dan disebar secara online menggunakan media *google form* kepada responden *smartphone* Asus ROG di kecamatan Jatinegara.

#### 3.3.1 Cara Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif. Data primer dalam penelitian ini adalah berupa jawaban responden atas pernyataan kuesioner yang telah disebar lalu diukur dengan menggunakan skala *likert*. Jawaban responden terkait dengan pernyataan pada kuesioner digunakan skala 1 sampai 4. Metode pengumpulan data ini akan menggunakan kuesioner dengan menggunakan *google forms* kepada responden pengguna aktif *smartphone* Asus ROG di kecamatan Jatinegara. Kuesioner disusun berdasarkan indikator – indikator yang ada dalam setiap variabel. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawab yang dikirimkan baik secara langsung maupun melalui internet (Sugiyono, 2018:99). Peneliti tidak akan menggunakan poin sampai 5, karena apabila responden menemukan pernyataan yang meragukan atau tidak sesuai dengan apa yang diketahui maka responden cenderung memilih *netral* sehingga dapat menimbulkan hasil yang bias.

**Tabel 3.1** Skor skala Likert

| No | Skala | Keterangan          | Skor |
|----|-------|---------------------|------|
| 1  | SS    | Sangat Setuju       | 4    |
| 2  | S     | Setuju              | 3    |
| 3  | TS    | Tidak Setuju        | 2    |
| 4  | STS   | Sangat Tidak Setuju | 1    |

Sumber: Sugiyono (2018:99)

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan penafsiran variabel (yang diungkapkan oleh pengertian konsep) tersebut dalam ruang lingkup objek riset. Pengukuran variabel yakni proses memutuskan angka serta tabel terhadap ciri ataupun sifat dari suatu objek objek riset. Menurut Sugiyono (2018:55) variabel penelitian pada umumnya merupakan seluruh suatu yang berupa apapun yang diresmikan oleh peneliti guna mengkaji sehingga dapat diperoleh data tentang perihal tersebut, setelah itu dibikin kesimpulannya.

Berikut adalah definisi variabel dalam penelitian ini :

1. Kualitas produk ialah kemampuan *smartphone* Asus ROG melengkapi keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk mengkaji kualitas produk, dalam penelitian ini menggunakan sub-indikator diantaranya kualitas kinerja, kesan, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya, desain dan keistimewaan produk.
2. Citra merek ialah penggambaran semua persepsi terkait dengan produk *smartphone* Asus seri ROG dan dibentuk dari data terhadap produk *smartphone* Asus seri ROG. Untuk mengukur citra merek, penelitian ini menggunakan sub-indikator diantaranya keunggulan merek, kekuatan merek dan keunikan merek

3. Persepsi harga ialah seluruh uang yang dibebankan oleh konsumen untuk memperoleh produk *smartphone* Asus seri ROG. Untuk mengukur harga, penelitian ini menggunakan sub-indikator diantaranya keterjangkauan harga, daya saing, kesesuaian harga dengan kualitas dan kesesuaian harga dengan manfaat.
4. Keputusan pembelian adalah sebuah proses keputusan membeli produk *smartphone* Asus seri ROG. Untuk menguji keputusan pembelian, penelitian ini menggunakan sub indikator diantaranya kematangan produk, terbiasa membeli produk, rekomendasi pada konsumen lain, dan melakukan pembelian ulang.

**Tabel 3.2** Variabel indikator, Sub – Indikator Kualitas Produk

| Variabel   | Indikator        | Sub-indikator  | No Item |
|--|------------------|--|---------|
| Kualitas produk dalam Kotler dan Keller (2018:361) | Kualitas kinerja | Tingkatan dimana karakteristik utama produk beroperasi   | 1       |
|  | Kesan kualitas   | Produk yang sudah terkenal biasanya dipersepsikan lebih berkualitas daripada merek yang belum terkenal atau belum pernah terdengar | 2       |
|  | Ketahanan        | Dimensi umur operasi harapan produk dalam keadaan biasa atauoun penuh tekanan, merupakan atribut berharga guna produk tertentu     | 3       |
|  | Keandalan        | Peluang sebuah produk bebas dari kegagalan produk pada saat menjalankan metodenya.   | 4       |

|  |                                 |  |   |
|--|---------------------------------|--|---|
|  | Kemudahan perbaikan             | Ukuran kemudahan perbaikan produk pada saat produk itu tidak berfungsi ataupun gagal                     | 5 |
|  | Ketepatan dan kesesuaian        | Kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan oleh produk itu.                                | 6 |
|  | Desain                          | Keseluruhan fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa serta guna produk bersumber pada kebutuhan pelanggan. | 7 |
|  | Ciri ciri / keistimewaan produk | Karakteristik tambahan yang memenuhi manfaat dari sebuah produk  | 8 |

**Tabel 3.3** Variabel, Sub-indikator Citra Merek

| Variabel  | Indikator                 | Sub-Indikator  | No Item   |
|---|---------------------------|--|-----------|
| <u>Citra Merek dalam Kotler dan Keller (2012:189)</u> | Keunggulan asosiasi merek | Manfaat yang diberikan kepada suatu brand dapat memuaskan kebutuhan dan keperluan konsumen sehingga menciptakan perilaku yang positif terhadap brand tersebut. | <u>9</u>  |
|   | Kekuatan asosiasi merek   | Informasi brand produk ini melekat pada pemikiran konsumen   | <u>10</u> |
|   | Keunikan asosiasi merek   | Brand memiliki keunikan dan menarik yang memiliki ciri khas dari produk tsb, sehingga sulit ditiru oleh pesaing  | <u>11</u> |

**Tabel 3.4** Indikator, Sub-indikator Persepsi Harga

| Variabel | Indikator            | Sub-indikator                                     | No Item   |
|----------|----------------------|---|-----------|
|          | Keterjangkauan harga | Harga dari produk cukup terjangkau untuk konsumen | <u>12</u> |

|  |                                       |  |           |
|--|---------------------------------------|--|-----------|
| Persepsi Harga Kotler dan Amstrong dalam Sabran (2012:278) | Daya saing harga                      | Harga produk sedikit mahal dengan pesaing                          | <u>13</u> |
|  | Kesesuaian harga pada kualitas produk | Harga produk sesuai dengan kualitasnya.                            | <u>14</u> |
|  | Kesesuaian harga dengan manfaat       | Harga yang ditawarkan oleh produk setara dengan manfaat kemudahan. | <u>15</u> |

**Tabel 3.5** Indikator, Sub-indikator Keputusan pembelian

| Variabel   | Indikator                              | Sub-indikator   | No Item |
|--|--|---|---------|
| Keputusan Pembelian dalam Kotler dan Keller (2012:154) | Kematangan suatu produk                | Konsumen dalam melakukan pembelian akan memilih salah satu dari beberapa alternatif yang ada. Pilihan tersebut didasarkan pada kualitas, mutu, harga yang terjangkau, | 16      |
|  | Terbiasa dalam membeli suatu produk    | Konsumen akan merasa produk tersebut sudah terlalu yakin dan menempel dibenak konsumen, karena mereka sudah merasakan manfaat yang diberikan atas produk tersebut     | 17      |
|  | Memberikan rekomendasi pada orang lain | Konsumen akan merekomendasikan produk tersebut kepada konsumen yang lain agar merasakan bahwa produk tersebut bagus atau lebih baik dari produk yang lainnya.         | 18      |

|  |                           |  |    |
|--|---------------------------|--|----|
|  | Melakukan pembelian ulang | Konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut, jika konsumen merasa produk tersebut cocok dan sesuai dengan apa yang konsumen inginkan dan harapkan | 19 |
|--|---------------------------|--|----|

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

### 3.4.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016 : 53) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya tidak suatu kuesioner. Suatu pernyataan dikatakan valid jika tingkat signifikansinya berada dibawah 0,05. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2018:198). Adapun syarat minimum satu item dikatakan valid sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{kritis}$  maka pernyataan dinyatakan valid
2. Jika  $r_{hitung} < r_{kritis}$  maka pernyataan dinyatakan tidak valid

Data diolah dengan menggunakan program SPSS 25.0 (*Statistical Package for social sciences*).

### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:194) instrumen yang reliabel belum tentu valid, meteran yang putus di bagian ujungnya berkali-kali akan menghasilkan data



yang sama (reliabel) tetapi selalu tidak valid. Hal ini disebabkan karena instrumen tersebut rusak. Reliabel instrumen adalah syarat untuk pengujian validitas instrumen. Oleh karena itu, meskipun instrumen yang valid umumnya pasti reliabel, tetapi pengujian reabilitasnya instrumen perlu dilakukan. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan membentuk data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrumen yang tidak reliabel atau konsisten (Sugiyono 2018:193). Berikut ini adalah ketentuan dari uji reliabilitas sebagai berikut:

1. Apabila nilai *cronbach's alpha*  $\alpha > 0,60$  maka instrumen yang diujikan mempunyai reliabilitas yang baik dengan kata lain instrumen tersebut reliabel.
2. Apabila nilai *cronbach's alpha*  $\alpha < 0,60$  maka instrumen yang diujikan tersebut tidak reliabel.

### **3.5 Metoda Analisis Data**

#### **3.5.1 Pengolahan Data**

Pengolahan data di dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 25.0 (*Statistical Package The Social Scienences*). Hal ini dilakukan agar mempermudah dalam mengelola data *statictic* agar lebih tepat dan akurat.

#### **3.5.2 Metode Penyajian Data**

Dalam penyajian data di penelitian ini berupa tabel dalam menjelaskan hasil dari penelitian yang akan diuji seperti hasil perhitungan uji validitas dan uji reliabilitas adalah analisis koefisien determinan (parsial dan simultan).

#### **3.5.3 Alat Analisis Statistik Data**

Penelitian ini akan menggunakan program SPSS yang dimana kegiatan menghitung data agar dapat disajikan secara sistematis, dan data yang digunakan adalah data primer. Sumber data ini yang nantinya akan digunakan. Ada beberapa tahapan dalam analisis data dengan SPSS yaitu sebagai berikut:

- Koefisien Determinasi (KD)

Koefisien determinasi (KD) adalah untuk mempertimbangkan sejauh mana kapasitas model dalam menginterpretasikan varian variabel dependen. Nilai KD yaitu terdiri dari nol sampai satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil diartikan kapasitas variabel independen dalam mendefinisikan variasi variabel dependen sangat tertentu. Nilai yang terdekat dengan satu artinya variabel dependen membutuhkan hampir semua informasi untuk memprediksi variasi variabel independen (Ghozali 2016 : 95). Untuk mengetahui besar pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial ataupun berganda, maka akan dihitung koefisien determinasi melalui rumus:

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

Keterangan: KD = Koefisien Determinasi

$r^2$  = Koefisien Korelasi

Adapun kriteria untuk koefisien determinasi adalah:

- Apabila KD mendekati nol (0), maka besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kecil.
- Apabila KD mendekati satu (1), maka besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen besar.

- Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk memahami signifikan pengaruh antara variabel dependen dengan variabel independen secara parsial ataupun simultan. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terkait dengan variabel terikat diamati pada KD. Nilai KD yaitu kuadrat dari nilai koefisien korelasi ( $r$ ). Dalam pengujian hipotesis yang secara statistik tidak ada pengujian hipotesis terhadap KD. Oleh karena itu, dalam pengujian hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap koefisien korelasi populasi ( $\rho$ ).

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

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

- Citra merek ( $X_2$ ) terhadap Keputusan pembelian (Y)

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

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

- Persepsi harga ( $X_3$ ) terhadap Keputusan pembelian (Y)

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

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

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

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

$H_0$  diterima, jika *significance t* > 0,05

Menghitung nilai *significance t* diperoleh dengan perhitungan komputersasi menggunakan program SPSS. Langkah pengujian hipotesis secara simultan sebagai berikut:

- Merumuskan hipotesis

Pengaruh  $X_1$  (Kualitas Produk),  $X_2$  (Citra Merek), dan  $X_3$  (Persepsi Harga) terhadap Y (Keputusan Pembelian).

- $H_0: \rho_{y123} = 0$  Secara simultan Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
- $H_a: \rho_{y123} \neq 0$  Secara simultan Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
- Menentukan taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05)
- Kriteria pengujian
  - Jika nilai *significance F* < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

- Jika nilai significance  $F \geq 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- Menghitung nilai significance  $F$  diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS.
- Kesimpulan  
Hasil dari pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan mendapatkan hasil  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, maka nilai  $KD$  dapat dipakai dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.