

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:14), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan pengambilan sampel dilakukan secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, serta analisis data bersifat statistik. Paradigma penelitian kuantitatif dianggap sebagai hubungan sebab akibat (kausal) antar variabel penelitian (Sugiyono, 2018).

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian untuk mengetahui hubungan atau pengaruh sebab akibat (*cause effect relationship, cause effectual relationship*) antara dua variabel atau lebih dengan tujuan menjelaskan gejala atau fenomena tertentu (Buku Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, 2020).

Penulis menggunakan metode survei untuk pengambilan data. Survei adalah metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner (angket) adalah instrumen yang berupa daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dijawab atau diisi oleh responden sesuai dengan petunjuk pengisiannya (Sanjaya, 2015:255). Kuesioner yang disebarakan nantinya menggunakan media penyebaran *Google Form (GF)*. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra merek, *perceived value*, dan gaya hidup (variabel independent) terhadap keputusan pembelian smartphone iphone (variabel dependent).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan individu atau subjek dalam wilayah dan waktu tertentu dengan kualitas yang sesuai untuk diamati atau diteliti (Sugiyono,

2014). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2019), populasi adalah orang, benda atau hal yang dianggap sebagai sampel untuk penelitian sesuai dengan kriteria pada masalah yang diteliti.

Dalam penelitian ini target populasi yang ditetapkan secara umum adalah seluruh pengguna yang menggunakan *smartphone* Iphone. Sedangkan target populasi sasarannya adalah mahasiswa dan mahasiwi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta yang memakai *smartphone* Iphone.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah suatu kelompok yang jumlahnya relatif lebih sedikit dari populasi yang dipilih dan digunakan sebagai penelitian (Alvi, 2016). Menurut Sugiyono (2013:118), sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling*, yaitu teknik yang tidak memberikan peluang yang sama untuk setiap populasi yang dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2018:122). *Non Probability Sampling* dibagi menjadi 6 jenis, meliputi sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, purposive sampling, sampling jenuh, dan snowball sampling.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis pendekatan *Purposive Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang didasari pada ciri-ciri tertentu dan memiliki keterkaitan yang erat terhadap populasi yang dibutuhkan (Margono, 2021:178). Alasan penulis menggunakan purposive sampling, karena adanya kriteria khusus atau tidak sembarang orang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini. Adapun kriteria responden yang digunakan untuk sampel, yaitu :

1. Pernah dan sedang menggunakan *smartphone* Iphone minimal 3 bulan pemakaian.
2. Mahasiswa STEI Jakarta.
3. Responden berusia 18 tahun dan maksimal 35 tahun.

Berdasarkan kriteria diatas, untuk menentukan jumlah sampel yang dipilih dengan menggunakan penetapan rumus ukuran sampel, sebagai berikut :

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

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

$$n = 96,04 = 96$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = Tingkat kepercayaan penentuan sampel (95% = 1,96).

moe = *margin of error* dengan tingkat kesalahan maksimum 10%.

Dengan menggunakan rumus diatas, maka sampel yang diambil sebanyak 96 responden. Namun, menurut Arikunto (2014:112) jika subjeknya kurang dari 100 orang, maka lebih baik sampel diambil semua atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% dan 20-25%. Dengan demikian, pengambilan sampel untuk penelitian ini dilakukan pembulatan menjadi 100 responden. Hal ini dikarenakan jumlah sampel yang digunakan masih sesuai dan tidak kurang dari minimal sampel yang telah ditentukan.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Menurut Kuncoro (2013:145), data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dan dihitung secara langsung, mengenai informasi atau penjelasan dalam bentuk angka atau statistik.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

3.3.2.1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan atau didapatkan oleh penulis secara langsung. Menurut Nazir dalam buku Analisis Data Penelitian (2019), data primer adalah data yang didapat secara langsung dari lapangan atau objek penelitian, baik berupa pengukuran, pengamatan, maupun wawancara. Dalam

penelitian ini, sumber data primer yang diperoleh dari jawaban kuesioner secara tidak langsung atau berupa *google form* yang disebarakan kepada responden.

3.3.2.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang digunakan untuk melengkapi data-data yang telah ada dari data primer atau penelitian sebelumnya (Sugiyono, 2019:149). Pada penelitian ini, data sekunder yang digunakan penulis diperoleh dari penelitian terdahulu, seperti buku, jurnal, artikel dan sejenisnya.

3.4. Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya

3.4.1. Operasional Variabel

Operasional variabel adalah bagian yang mendefinisikan sebuah variabel yang dapat diukur, dengan melihat pada dimensi (indikator) dari variabel tersebut (Juliansyah Noor, 2017:97).

Dalam penelitian ini, judul yang diteliti penulis terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen atau variabel stimulus, prediktor dan antecedent, yaitu variabel bebas yang mempengaruhi atau sebab akibat yang menimbulkan variabel terikat. Sedangkan variabel dependen atau variabel output, kriteria dan konsekuen, yaitu variabel terikat yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel bebas.

Variabel independen (bebas) pada penelitian ini, yaitu Citra Merek (X1), *Perceived Value* (X2), dan Gaya Hidup (X3) terhadap keputusan Pembelian (Y) variabel dependen (terikat). Dari setiap variabel tersebut, masing-masing memiliki beberapa indikator. Nantinya indikator tersebut akan dijadikan sebagai gambaran dalam membuat daftar pertanyaan atau pernyataan dalam bentuk kuesioner. Berikut indikator yang akan digunakan pada kuesioner dijelaskan pada tabel dibawah ini.

Gambar 3.1 Tabel Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Indikator	Penjelasan	No Item
Citra Merek (X1) (Kotler dan Keller, 2015)	Identitas Merek (<i>identity</i>)	Identitas merek atau logo produk sebagai pembeda	1
	Personalitas Merek (<i>personality</i>)	Kepercayaan konsumen dalam mengenal merek sebuah produk	2
	Asosiasi Merek (<i>association</i>)	Keunikan dari citra merek pada produk	3
	Sikap dan Perilaku Merek (<i>attitude dan behavior</i>)	Kesesuaian produk pada sikap atau perilaku setelah menggunakan	4
	Manfaat dan Keunggulan Merek (<i>benefit dan advantages</i>)	Persepsi terkait keunggulan dan manfaat merek produk dibandingkan merek lain	5
<i>Perceived Value</i> (X2) (Sweeney, 2013)	Nilai Emosional (<i>emotional</i>)	Persepsi yang dihasilkan dari citra pada produk	6,7
	Nilai Sosial (<i>social</i>)	Kemampuan dari citra produk meningkatkan konsep diri sosial	8,9
	Nilai Kualitas (<i>quality atau performance</i>)	Review terkait kualitas dan kinerja dari produk	10,11
Gaya Hidup (X3) (Kotler dan Keller, 2016)	Aktivitas (<i>activity</i>)	Kontribusi produk dalam beraktivitas	12,13
	Minat (<i>interested</i>)	Rasa ketertarikan pada perkembangan teknologi produk	14,15
	Opini (<i>opinion</i>)	Persepsi terhadap inovasi perkembangan produk	16,17
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler dan Keller, 2016)	Pemilihan Produk (<i>product</i>)	Pilihan jenis produk sesuai kebutuhan	18,19
	Pemilihan Merek (<i>brand</i>)	Persepsi terhadap reputasi atau merek pada produk	20,21
	Pemilihan lokasi (<i>location</i>)	Penentuan lokasi saat melakukan pembelian	22,23
	Metode Pembayaran (<i>payment</i>)	Kemudahan metode pembayaran dalam pembelian sebuah produk	24,25

Sumber: Diolah Penulis (2022)

3.4.2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan tolak ukur yang digunakan sebagai gambaran, pembandingan dan penghubung antara satu variabel dengan variabel lainnya (Suliyanto, 2014:4).

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode skala likert yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dan sudah ditanggapi oleh responden. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terkait suatu objek atau fenomena tertentu (Siregar, 2016:138). Fenomena tersebut dijelaskan secara jelas oleh penulis dan disebut sebagai variabel penelitian. Berikut tabel skala likert yang ditetapkan penulis untuk tanggapan kuesioner.

Gambar 3.2 Skala Likert Tanggapan Responden

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Siregar (2016:138)

3.5. Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.5.1. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018:147), teknik analisis data adalah kegiatan mengumpulkan data dari seluruh responden, mengelompokannya berdasarkan kriteria, melakukan uji pada setiap variabel, sampai dengan menyajikan data setelah di uji.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data Partial Least Square (PLS). PLS adalah metode analisis data statistik yang menganalisis variabel bebas (eksogen) dan variabel terikat (endogen) secara bersamaan (Ghozali dan Luthan, 2015:3). PLS memiliki model persamaan berupa SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan pendekatan berdasarkan *Variance Based*

Structural Equation Modelling atau VB-SEM. Software yang dipilih penulis adalah SmartPLS, karena aplikasi ini memiliki banyak jalur dalam proses analisis sehingga pengujian terhadap variabel bebas dan variabel terikat dilakukan secara bersamaan dan hanya dilakukan satu kali uji.

Analisis PLS-SEM memiliki dua model bagian, yaitu analisis outer model (*measurement model*) dan inner model (*structural model*).

3.5.1.1. Analisis Measurement Outer Model

Measurement Outer Model bertujuan untuk mengetahui secara tidak langsung hubungan antara variabel konstruk (indikator) dengan variabel laten. Model ini memiliki pengujian yang dilakukan dengan pendekatan uji validitas dan realibilitas.

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51), uji validitas adalah suatu pengujian untuk mengukur valid tidaknya pernyataan kuesioner dengan indikator variabel yang ada. Uji validitas memiliki perhitungan sebagai berikut :

a. Convergent Validity

Convergent validity adalah nilai loading factor yang dihasilkan dari setiap indikator untuk mengukur setiap variabel. Indikator dianggap valid jika nilai korelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang akan diukur. Namun pada riset tahap skala pengembangan, nilai loading factor sebesar 0,50 hingga 0,60 masih bisa diterima (Ghozali dan Latan, 2015:10).

b. Discriminant Validity

Nilai discriminant validity merupakan nilai *cross loading factor* untuk mengetahui adanya diskriminan dalam suatu konstruk penelitian. Jika pengukuran konstruk lebih tinggi dibanding ukuran konstruk lainnya, maka terjadi perbedaan ukuran blok satu dengan lainnya.

2. Uji Realibilitas

Menurut Ghozali (2018:45), uji realibilitas adalah suatu pengujian untuk mengukur setiap indikator dari variabel atau konstruk. Realiabel atau handalnya pernyataan kuesioner dilihat dari stabil tidaknya jawaban yang diberikan responden. Pengujian realibilitas memiliki 2 model perhitungan, yaitu Composite

Reliability dan Cronbach Alpha. Kedua model ini memiliki nilai realibilitas yang dihasilkan diatas 0,70 pada setiap konstruk penelitian.

3.5.1.2. Analisis Structural Inner Model

Model ini mengidentifikasi hubungan variabel eksogen (bebas) dan indogen (terikat) dalam suatu penelitian. Hubungan tersebut nantinya menjadi jawaban dari hipotesis yang telah dibuat. Adapun pengujian inner model yang dilakukan, sebagai berikut :

1. Path Coefficients (Koefisien Jalur)

Nilai yang digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan atau pengaruh konstruk laten dari suatu penelitian. Hubungan yang dimaksud adalah variabel independen dengan variabel dependen.

2. Koefisien determinasi (R Square)

Nilai yang memiliki hubungan variasi dari variabel eksogen terhadap variabel endogen. Kriteria yang terdapat pada R^2 , yaitu 0,67 (kuat), 0,33 (moderat), dan 0,19 (lemah).

3. Model Fit (Kecocokan Model)

Model ini menggunakan penilaian *goodness of fit* (GoF) untuk memvalidasi hasil antara model pengukuran dan model struktural. Dengan interpretasi nilai antara 0 – 1 yang terbagi menjadi 0,1 (kecil), 0,2 (moderat), dan 0,36 (besar). Semakin cocok suatu model, maka nilai NFI (Normed Fit Index) yang diperoleh semakin mendekati 1.

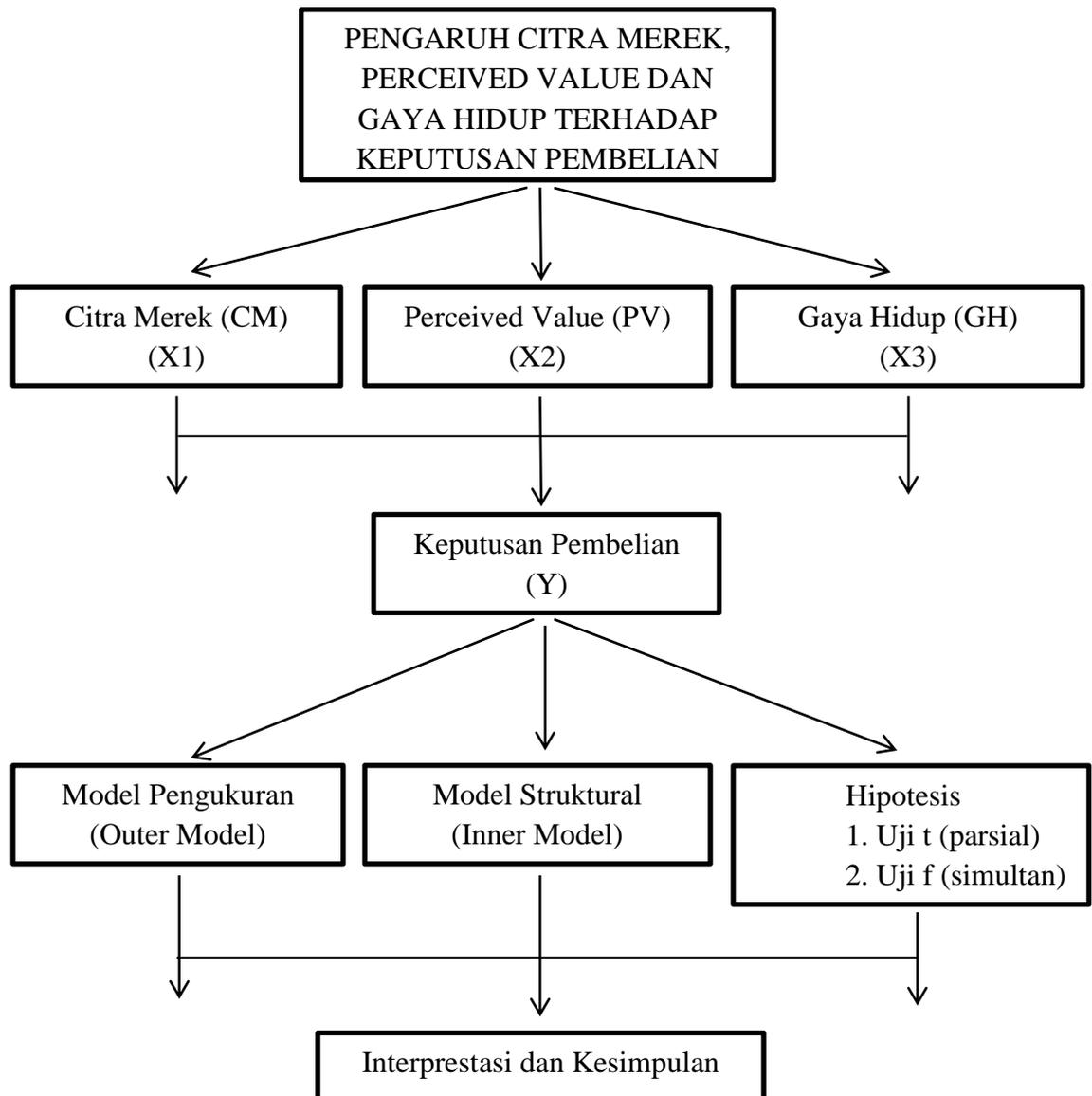
3.5.2. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara langsung dan tidak langsung (parsial maupun simultan) pada variabel eksogen (bebas) terhadap variabel endogen (terikat). Dengan tingkat signifikansi atau alpha sebesar 5% (0,05) untuk menerima atau menolak suatu hipotesis secara statistik. Dengan demikian, kemungkinan terjadinya keputusan yang salah (error) sebesar 5% dan keputusan yang benar 95%. Sehingga dapat disimpulkan uji hipotesisnya sebagai berikut:

Nilai signifikan $t < 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_1 diterima.

Nilai signifikan $t > 0,05$, maka H_0 diterima atau H_1 ditolak.

3.6. Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.3 Kerangka Pemecahan Masalah

Sumber: Diolah Penulis (2022)