

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan metode kuantitatif. Yaitu, menurut Sugiyono (2015:224) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif berkaitan erat dengan teknik-teknik survei sosial termasuk wawancara terstruktur melalui kuesioner yang tersusun, eksperimen, observasi terstruktur, analisis isi, analisis statistik formal. Dimana tujuan penelitian ini adalah untuk memberi penjelasan apakah terdapat pengaruh yang signifikan variabel X (variabel independen) yang terdiri dari Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Citra Merek (X_3) terhadap variabel Y (variabel dependen), yaitu proses keputusan pembelian (Y) pada konsumen *smartphone* Xiaomi. Penggunaan metode dalam penelitian ini adalah metode survei yakni cara pengambilan sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data dengan menggunakan pendekatan korelasional untuk mendapatkan data didalam penelitian ini.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut para Sugiyono (2018:130) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2018:131) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini yaitu pengguna *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa di Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus moe sebagai berikut, dengan jumlah populasi berukuran besar dan tidak diketahui. (Arikunto, 2015:49).

Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Moe dengan tingkat kesalahan 10%, yang dimana tingkat kewajaran terjadinya kesalahan dalam pengambilan

sampel masih dapat ditolerir dalam penelitian ini. Rumus Moe yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel, yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel.

Z = tingkat keyakinan ini dalam penentuan sampel 95%.

(maka $z = 1,96$ dan $\alpha = 5\%$)

Moe = *Margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi dan ditentukan sebesar 10%.

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

$$= 96,04 \text{ (dibulatkan 97)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas ini, ditemukan sampel dalam penelitian ini minimal 97 responden. Karena jika jumlah populasi yang diperoleh semakin banyak maka hasil data statistik semakin efektif. Jika kondisi dilapangan memungkinkan untuk bertambahnya responden maka akan terjadi perubahan dalam data responden yang sudah ditentukan. Teknik untuk pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Definisi teknik *purposive sampling* menurut Sugiyono (2016:85) merupakan teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Kemudian bahwa responden dipilih secara sengaja atau khusus dengan pertimbangan tertentu berdasarkan ciri-ciri yang dipandang dan mempunyai pengaruh dengan kriteria yang diinginkan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

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

Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data dengan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Dalam memperoleh data untuk penulisan ini penulis menggunakan data primer dengan kuesioner dan data sekunder sebagai berikut:

3.3.1 Data primer

Data primer yang digunakan untuk penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah suatu cara memberikan pertanyaan kepada responden. Daftar pernyataan yang diberikan kepada responden secara online menggunakan link *google form* yang telah dibuat dan diberikan kepada responden yang diketahui menggunakan *smartphone* Xiaomi untuk memudahkan responden dalam mengisi pernyataan kuesioner. Daftar pernyataan yang diberikan kepada responden dengan harapan memberikan respon yang baik atas dasar pernyataan untuk membantu peneliti dalam penyelesaian pembahasan dalam penelitian.

3.3.1 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain. Data primer yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini merupakan dari hasil studi pustaka dan data yang diperoleh dari berita serta artikel yang membahas dan mengukur besarnya pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap proses keputusan pembelian yang diketahui menggunakan *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa STIE Indonesia yang menjadi topik pembahasan di penelitian ini.

Berdasarkan jenis dan sumber data, maka teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang disebar dengan menggunakan Google Forms melalui link website yang berisikan kumpulan pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan indikator pada setiap variabel. Kuesioner tersebut disebar kepada para objek dalam penelitian ini. Waktu yang di butuhkan untuk mengumpulkan hasil kuesioner terhitung dari tanggal 03 Mei 2022 sampai dengan 31 Agustus 2022.

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu yang subyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada *Smartphone* Xiaomi. obyek pada penelitian ini adalah Kualitas Produk (KPR), Harga (HRG), Citra Merek (CRM) dan proses keputusan pembelian (KPL). Untuk mengetahui data obyek dapat dilihat melalui hasil pengisian kuesioner oleh subyek.

3.4 Operational Variabel Dan Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2012:59) menjelaskan bahwa operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat yang dinilai dari seseorang serta menyusun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu melalui metode yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diperoleh kesimpulannya. Untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu

statistika dapat dilakukan dengan benar. Berikut ini adalah tabel yang menjelaskan indikator masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

3.4.1 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini variabel bebas (*independent variable*) yang digunakan adalah Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Citra Merek (X_3). Variabel terikat pada penelitian ini adalah proses Keputusan Pembelian (Y).

3.4.1.1 Variabel Bebas (*Independent*)

a. Kualitas Produk (X_1)

Menurut Kotler dan Keller (2016:164) menyatakan bahwa kualitas produk dapat memberikan hasil atau kinerja yang baik agar konsumen puas dengan produk yang dijual oleh perusahaan.

b. Harga (X_2)

Menurut Fadil dan Utama (2015:139) berpendapat bahwa harga merupakan besaran yang dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual. Selanjutnya menurut Suparyanto dan Rosad (2015:141) harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk.

c. Citra Merek (X_3)

Citra merek adalah pengamatan dan kepercayaan konsumen yang tertanam di ingatan atau dibenak konsumen (Tjiptono, 2015:49). Kotler dan Keller (2016:235), menyatakan bahwa penilaian konsumen pada suatu merek adalah sebagai refleksi dan asosiasi yang ada didalam pikiran atau benak konsumen dalam mengingat suatu merek produk tertentu.

Tabel 3.4.1.1.a Variabel dan Indikator Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Kualitas Produk (X_1) Sumber: Kotler	Kesesuaian Dengan Spesifikasi	Kualitas <i>Smartphone</i> Xiaomi Bagus	1	KPR1
	Daya Tahan	<i>Smartphone</i> Xiaomi Tidak Mudah Rusak	2	KPR2

(2016:20 3)	Kinerja	Sistem Kinerja <i>Smartphone</i> Xiaomi Cepat	3	KPR3
	Fitur Produk	Fitur Di Dalam <i>Smartphone</i> Xiaomi Beragam	4	KPR4
	Keandalan	Xiami Tidak Pernah Memberikan Produk Gagal	5	KPR5
	Kemampuan Diperbaiki	<i>Smartphone</i> Xiaomi Mudah Diperbaiki	6	KPR6
	Keindahan	Tampilan <i>Smartphone</i> Xiaomi Bagus	7	KPR7

Tabel 3.4.1.1.b Variabel dan Indikator Harga

Variabel	Indikator	Pernyataan	Item	Kode
Harga (X₂) Sumber: Kotler dan Amstrong dalam Sabran (2012:52)	Keterjangkauan Harga	Harga <i>Smartphone</i> Xiaomi terjangkau	1	HRG1
	Kesesuaian harga	harga <i>Smartphone</i> Xiaomi sesuai dengan kualitasnya	2	HRG2
	Daya saing harga	Harga <i>Smartphone</i> Xiaomi mampu bersaing dengan produk lain	3	HRG3

Tabel 3.4.1.1.c Variabel dan Indikator Citra Merek

Variabel	Indikator	Pernyataan	Item	Kode
Citra Merek (X₃) Sumber: Ratri (2017:50)	Atribut Produk	Kemasan Xiaomi Yang Menarik	1	CRM1
	Keuntungan Konsumen	Merek Xiaomi Sesuai Dengan Kegunaanya	2	CRM2
	Kepribadian Merek	Merek Xiaomi Memiliki Citra Yang Kuat	3	CRM3

3.4.1.2 Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen, (Sugiyono, 2018:57). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Y). Menurut Kotler dan Amstrong (2018:158) proses keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai.

Tabel 3.4.1.2 Variabel dan Indikator Proses keputusan pembelian

Variabel	Indikator	Pernyataan	Item	Kode
Proses keputusan pembelian (Y) Sumber: Kotler dan Armstrong (2018:176)	Pengenalan Kebutuhan	Membeli <i>Smartphone</i> Xiaomi Karena Butuh	1	KPL1
	Pencarian informasi	Informasi Tentang Xiaomi Luas	2	KPL2
	Evaluasi alternatif	Mengevaluasai Xiaomi Terlebih Dahulu Sebelum Membeli	3	KPL3
	Proses keputusan pembelian	Membeli Xiaomi Karena Suka Dengan Produknya	4	KPL4
	Perilaku pasca pembelian	Puas Dengan Membeli Produk Xiaomi	5	KPL5

3.4.2 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2015:93) Skala Likert yaitu: “Skala Likert merupakan alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian, indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan”.

Responden diminta menilai tingkat partisipasi, baik tingkat partisipasi yang diberikan maupun tingkat partisipasi yang diinginkan dengan menggunakan skala likert 5 = baik sekali/sangat setuju dan 1 = sangat tidak baik/sangat tidak setuju.

Tabel 3.4.2 Skala Likert

Bobot	Penelitian
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Ragu-ragu
2	Tidak setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Sugiyono (2015)

3.5 Metode Pengolahan Data dan Pengujian Hipotesis

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 2.1. Hal ini dilakukan dengan harapan 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.

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

3.5.1 Uji Keabsahan

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidak nya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:51). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel judul item – Total Statistik. Caranya dengan melihat *r* hitung (*Corrected item total correlations*) dibandingkan dengan *r* tabel pada tabel *Product Moment*. Nilai *r* tabel diperoleh melalui rumus df (*degree of freedom*) = $n-2$ dimana n adalah jumlah responden, sedangkan 2 merupakan uji satu sisi. Dalam penelitian ini $df = 50 -$

2 atau $df = 48$ dengan $\alpha 0.05$ di dapat r tabel sebesar 0.287. Jika koefisien korelasi (r) bernilai positif dan lebih besar dari r tabel, maka dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut valid atau sah.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Dalam pengujian reliabilitas ini ditujukan untuk dapat memastikan bahwa instrumen mempunyai konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat keandalannya dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Lebih lanjutnya menurut Sugiyono (2012:148) mengemukakan bahwa instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,6 atau lebih. Dalam penelitian ini memilih 0,6 sebagai koefisien reliabilitas. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah :

1. Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,6$ maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel.

Tabel 3.5.1.2 Tabel Koefisien Korelasi Spearman

Keterangan	Koefisien Realibilitas
Sangat Reliabel	$> 0,8$
Reliabel	$0,6 - 0,8$
Cukup Reliabel	$0,4 - 0,6$
Kurang Reliabel	$0,2 - 0,4$
Tidak Reliabel	$<0,2$

Sumber : Sugiyono (2014:18)

3.5.2 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Menurut Ghozali (2016:95) koefisien determinasi (R^2) yaitu suatu analisis data yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen (terikat). Nilai koefisien determinasi antara nol (0) sampai satu (1). Nilai R^2 yang nilainya kecil itu artinya kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variabel-variabel dependen (terikat) sangat terbatas.

Untuk mengukur variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus :

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

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

R^2 = Kuadrat Koefisien Determinasi

Uji ini dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh pada variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen konstan, sebagai berikut :

Koefisien determinasi parsial X_1 terhadap Y

$$KD_{1.23} = r_{y1.23}^2 \times 100\%$$

Koefisien determinasi parsial X_2 terhadap Y

$$KD_{2.13} = r_{y2.13}^2 \times 100\%$$

Koefisien determinasi parsial X_3 terhadap Y

$$KD_{3.12} = r_{y3.12}^2 \times 100\%$$

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah jika KD mendeteksi nol (0), maka besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah. Jika KD mendeteksi satu (1), maka besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.5.3 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui kebenaran dari dugaan sementara. Definisi menurut Sugiyono (2017:160) menyatakan bahwa pengujian hipotesis adalah pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik data sampel pada dasarnya diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

1. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali,

2018:98). Adapun kriteria yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel tersebut dengan cara melihat nilai sig (P-value) pada tabel Coefficient. Jika significance level yang digunakan adalah 0,05, apabila significance level $> 0,05$ maka dapat dikatakan terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

Langkah-langkah berikut pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap proses keputusan pembelian (Y)

Ho: $\rho_{y1.23} \leq 0$: Pengujian hipotesis secara parsial tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap proses keputusan pembelian .

Ha: $\rho_{y1.23} \geq 0$: Pengujian hipotesis secara parsial terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap proses keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga (X_2) terhadap Proses keputusan pembelian (Y)

Ho: $\rho_{y2.13} \leq 0$: Pengujian hipotesis secara parsial tidak terdapat pengaruh antara Harga terhadap proses keputusan pembelian.

Ha: $\rho_{y2.13} \geq 0$: Pengujian hipotesis secara parsial terdapat pengaruh antara Harga terhadap proses keputusan pembelian.

3. Pengaruh Citra Merek (X_3) terhadap proses keputusan pembelian (Y)

Ho: $\rho_{y3.12} \leq 0$ Pengujian hipotesis secara parsial tidak terdapat pengaruh antara Citra Merek terhadap proses keputusan pembelian.

Ha: $\rho_{y3.12} \geq 0$ Pengaruh hipotesis secara parsial terdapat pengaruh antara Citra Merek terhadap proses keputusan pembelian.