

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menguji pengaruh kelompok referensi, harga, dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuisioner untuk menguji hipotesis yang telah disusun terhadap variabel-variabel yang akan diteliti. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan pada konsumen lipstik *oriflame* di Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam.

3.2 Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014: 38). Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Variabel yang akan diteliti oleh penulis yaitu variabel X_1 (kelompok referensi), X_2 (harga), dan X_3 (Ekuitas Merek) sebagai variabel bebas yang keberadaannya mempengaruhi pembentukan variabel terikat yaitu variabel Y (keputusan pembelian).

3.2.1 Variabel Bebas (Variabel Independen)

Menurut Sugiyono (2014: 39) variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah kelompok referensi (X_1), harga (X_2), dan ekuitas merek (X_3).

3.2.2 Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Menurut Sugiyono (2014: 39) variabel dependen disebut juga variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

| Variabel | Sub Variabel | Dimensi | Item |
|------------------------------|---|---|--------------|
| Kelompok Referensi (X_1) | kelompok referensi adalah kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang (bukan anggota kelompok tersebut) untuk membentuk kepribadian dan perilakunya. Dengan perkataan lain, merupakan kelompok dalam mana orang ingin menjadi anggota, atau dengan mana orang mengidentifikasi dirinya. | Menurut Farah (2013: 416): 1. Pengetahuan kelompok referensi mengenai produk 2. Kredibilitas dari kelompok referensi 3. Pengalaman dari kelompok referensi 4. Keaktifan dari kelompok referensi 5. Daya tarik kelompok referensi | Skala Likert |

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian Lanjutan

| Variabel | Sub Variabel | Dimensi | Item |
|------------------------------------|---|---|---------------------|
| Harga (X ₂) | Harga sebagai pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik. Pengorbanan tersebut biasanya mencakup uang yang harus dibayarkan kepada pemasar agar bisa mendapatkan produk, serta pengorbanan lainnya, baik dalam bentuk non-moneter (seperti nilai waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan produk atau jasa) maupun moneter (seperti biaya transportasi, pajak, biaya pengiriman, dan seterusnya). | Menurut Fure (2013: 276): 1. Harga yang sesuai dengan manfaat 2. Persepsi harga dan manfaat 3. Harga barang terjangkau 4. Persaingan harga 5. Kesesuaian antara harga dengan kualitasnya | <i>Skala Likert</i> |
| Ekuitas Merek (X ₃) | Ekuitas merek adalah nilai tambah yang diberikan pada produk dan jasa. Ekuitas merek dapat tercermin dalam cara konsumen berfikir, merasa, dan bertindak dalam hubungannya dengan merek, dan juga harga, pangsa pasar, dan profitabilitas yang diberikan merek bagi perusahaan. | Menurut Kotler dan Keller (2010: 215): 1. Diferensiasi : mengukur sejauh mana sebuah merek dilihat berbeda dari merek lainnya 2. Relevansi : mengukur keluasan daya tarik merek 3. Penghargaan : mengukur baiknya anggapan dan penghargaan terhadap merek 4. Pengetahuan : mengukur seberapa akrab dan intimnya konsumen terhadap merek itu | <i>Skala Likert</i> |

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian Lanjutan

| Variabel | Sub Variabel | Dimensi | Item |
|-------------------------|--|---|---------------------|
| Keputusan Pembelian (Y) | Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian yang mana konsumen memutuskan bertindak dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk/jasa tertentu. | Menurut Mongi (2013: 2338): 1. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk 2. Keinginan mencoba 3. Kemantapan akan kualitas suatu produk 4. Keputusan pembelian ulang | <i>Skala Likert</i> |

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti itu. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam yang datanya didapat dari data internal *Oriflame* di kota batam berjumlah 30.423 orang.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014: 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Kesimpulan yang dipelajari dari sampel akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus dari benar-benar representatif (mewakili). Teknik pengambilan *sampling* yang digunakan adalah dengan *non probability sampling* yaitu teknik *sampling* yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah pemilihan sampel dengan *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Menurut Sanusi (2011: 101) dalam menentukan ukuran sampel penelitian, slovin memasukkan unsur kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi ini dinyatakan dalam persentase, misalnya 10%. Rumus yang digunakan sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} \quad \text{Rumus 3.1 Slovin}$$

Keterangan :

n = Jumlah elemen/anggota sampel

- N = Jumlah elemen/anggota populasi
- E = *Error level* (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,10)

Sehingga sampel dapat dihitung dengan cara:

$$n = \frac{n}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{30,423}{1 + 30,423 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{30,423}{1 + 30,423 (0,01)}$$

$$n = \frac{30,423}{1 + 30,423}$$

$$n = 99,672$$

Berdasarkan perhitungan, maka jumlah sampel diperoleh 99,672 dan dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden atau ($n = 100$).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014: 137), jika dilihat dari sumbernya maka teknik pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Metode menunjuk suatu cara sehingga dapat diperlihatkan

penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya sedangkan instrumen pengumpul data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data karena berupa alat, maka instrumen dapat berupa lembar cek list, kuesioner (angket terbuka/tertutup), pedoman wawancara, kamera photo dan lainnya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Kuesioner

adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

2. Studi Literatur

Yaitu dengan tujuan untuk memperoleh data dan informasi yang berhubungan dengan materi penelitian. Studi literatur dilakukan dengan pencarian informasi dari buku-buku, jurnal, dan sumber lain yang membahas masalah dalam penelitian ini.

3.5 Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden,

mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2014: 147). Adapun metode analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sanusi (2011: 115) analisis deskriptif adalah 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.

3.5.2 Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

3.5.2.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014: 121) instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Menurut Wibowo (2012: 35) Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan alat ukur dan sejauh mana alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin di ukur. Jika $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,050) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid, sebaliknya jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ dinyatakan tidak valid Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *Pearson Product Moment* yang dirumuskan sebagai berikut.

$$r_{ix} = \frac{N(\sum ix) - (\sum i \sum x)}{\sqrt{\sum i \sum x}}$$

Rumus 3.2

Korelasi *Pearson Product Moment*

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

i = Skor item

x = Skor total dari x

N = Jumlah banyaknya subjek

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05.

Dalam menentukan kelayakan dan tidaknya suatu *item* yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf 0,05 yang artinya suatu *item* dianggap valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total *item*. Azwar (1999) dalam Wibowo (2012: 36) jika suatu *item* memiliki nilai

capaian koefisien korelasi minimal 0,30, maka dianggap cukup memuaskan atau dianggap valid.

Tabel 3.2
Interval Validitas

| Interval Koefisien Korelasi | Tingkat Hubungan |
|-----------------------------|------------------|
| 0,80 – 1,000 | Sangat Kuat |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,40 – 0,599 | Cukup Kuat |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,00 – 0,199 | Sangat Rendah |

Sumber : Wibowo (2012: 36)

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Wibowo (2012: 52) menyatakan yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau tidak, uji ini digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi alat ukur. Nilai dari *Cronbach's coefficient alpha* yang cukup dapat diterima adalah yang bernilai $> 0,60$. Untuk lebih jelas, berikut adalah hasil uji reliabilitas dari kuesioner yang telah diolah dengan program SPSS.

Nilai uji dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0.05. Kriteria diterima atau tidaknya suatu data reliabel atau tidak jika nilai *alpha* lebih besar dari pada nilai kritis *product moment*, atau nilai r tabel. Dapat pula dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, yaitu 0,6. Berikut adalah tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas:

Tabel 3.3

Indeks Koefisien Reliabilitas

| No | Nilai Interval | Kriteria |
|----|----------------|---------------|
| 1 | < 0,20 | Sangat rendah |
| 2 | 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 3 | 0,40 – 0,599 | Cukup |
| 4 | 0,60 – 0,799 | Tinggi |
| 5 | 0,80 – 1,00 | Sangat Tinggi |

Sumber: Wibowo (2012: 53)

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan uji asumsi klasik, maka terdapat 4 uji yang digunakan, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013: 163) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram residual keduanya. Dasar dalam pengambilan keputusan dalam mendeteksi normalitas yaitu:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu normalitas juga dapat dilihat dari nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Menurut Wibowo (2012: 69) uji *Kolmogorov-Smirnov* ini perlu diperlukan untuk menghindari keputusan yang bisa jadi menyesatkan jika peneliti hanya mengutamakan pendekatan gambar dan grafik.

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013: 105) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkolerasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastitas

Menurut Ghozali (2013: 139) uji heteroskedastitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Menurut Wibowo (2013: 93) dalam hal ini, uji heteroskedastisitas dengan metode Park Gleyser dengan cara mengorelasi nilai absolute residualnya dengan masing-masing variabel independen.

3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Wibowo (2012: 126) menyatakan bahwa model regresi linear berganda adalah suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Di dalam penggunaan analisis ini beberapa hal yang bisa dibuktikan adalah bentuk dan arah hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen, serta dapat mengetahui nilai estimasi atau prediksi nilai dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Regresi berganda dapat dinotasikan sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Rumus 3.3
Persamaan Regresi Linear
Berganda

Keterangan:

Y' = variabel dependen

a = nilai konstanta

b = nilai koefisien regresi

X_1 = variabel independen pertama

X_2 = variabel independen kedua

X_3 = variabel independen ketiga

X_n = variabel independen ke – n

3.5.5 Pengujian Hipotesis

Langkah berikutnya setelah pengujian normalitas dan asumsi klasik di atas, maka dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian ini merupakan pengujian yang penting karena hasil sampel akan digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah disusun. Pengujian ini menggunakan koefisien determinasi (R^2), uji T dan uji F.

3.5.5.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya terbatas. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati satu menandakan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk oleh variabel dependen (Ghozali, 2013: 97).

3.5.5.2 Uji Statistik T (Parsial)

Menurut Ghozali (2013, 98) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Cara melakukan uji t adalah sebagai berikut:

1. *Quick look* : bila jumlah *degree of freedom* (df) adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka H_0 menyatakan $\beta_i = 0$ dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
2. Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

3.5.5.3 Uji Statistik F (Simultan)

Menurut Ghozali (2013: 98) uji statistik F digunakan untuk menguji apakah variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan criteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. *Quick look* : bila nilai F lebih besar daripada 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif,

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| n data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pengolahan data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Analisis dan pembahasan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Simpulan dan Saran | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Sumber: Peneliti, 2016