

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain yang digunakan untuk penelitian penelitian ini adalah kausalitas, dimana penelitian memiliki karakteristik permasalahan yang menjelaskan hubungan sebab-akibat antar dua variabel atau lebih yang mencakup variabel dependen dan variabel independen, yang bertujuan agar dapat diketahui bagaimana pengaruhnya atribut produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen yang membeli produk berupa *smartphone* di PT Focus Digisellindo Utama, Batam.

3.2. Operasional Penelitian

3.2.1. Variabel Independen

Variabel independen dapat dikatakan sebagai variabel bebas, yaitu merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab berubah atau munculnya variabel dependen. Adapun variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah :

1) Atribut Produk (X_1)

Atribut produk merupakan manfaat-manfaat yang ditawarkan dalam pengembangan suatu produk atau jasa, yang dapat berupa fitur, kualitas, desain, dan gaya (Kotler & Armstrong, 2016: 261). Atribut produk mempunyai beberapa indikator (Aditi & Hermansyur, 2018: 66), yang diantaranya:

1. Fitur produk
 2. Desain produk
 3. Kualitas produk
 4. Gaya produk
- 2) Harga (X_2)

Harga dapat dikatakan sebagai sebuah pertukaran nilai untuk memperoleh suatu produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter (Prasetyo & Arista, 2018:72). Terdapat beberapa indikator yang mencirikan harga menurut Kotler dan Armstrong dalam (Wanda, 2015: 761), yaitu:

1. Harga terjangkau
2. Harga memiliki daya saing
3. Kesesuaian harga

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel dependen dapat disebut sebagai variabel yang tergantung atau terikat, lebih jelasnya merupakan variabel yang disebabkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas yang ada. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian konsumen dapat didefinisikan sebagai tindakan konsumen dalam membeli produk berupa *smartphone* dengan dasar kesesuaian dari atribut produk dan harga yang diinginkan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk variabel keputusan pembelian (Wanda, 2015: 762), antara lain:

1. Ketertarikan produk
2. Pembelian
3. Perilaku pasca pembelian

Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Atribut Produk (X ₁)	Atribut produk merupakan manfaat-manfaat yang ditawarkan dalam pengembangan suatu produk atau jasa, yang dapat berupa fitur, kualitas, desain, dan gaya (Kotler & Armstrong, 2016: 261).	Menurut (Aditi & Hermansyur, 2018: 66) : 1. Fitur produk 2. Desain produk 3. Kualitas produk 4. Gaya produk	Likert
Harga (X ₂)	Harga dapat dikatakan sebagai sebuah pertukaran nilai untuk memperoleh suatu produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter (Prasetyo & Arista, 2018:72).	Menurut (Wanda, 2015: 761): 1. Harga terjangkau 2. Harga memiliki daya saing 3. Kesesuaian harga	Likert
Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	Keputusan pembelian konsumen dapat didefinisikan sebagai tindakan konsumen dalam membeli produk berupa <i>smartphone</i> dengan dasar kesesuaian dari atribut produk dan harga yang diinginkan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk variabel keputusan pembelian (Wanda, 2015: 762).	Menurut (Wanda, 2015: 762): 1. Ketertarikan produk 2. Pembelian 3. Perilaku pasca pembelian	Likert

Sumber: (Kotler & Armstrong, 2016: 261), (Prasetyo & Arista, 2018: 72), (Wanda, 2015: 762), (Aditi & Hermansyur, 2018: 66).

3.3. Populasi

Populasi dapat dikatakan sebagai suatu sumber data atau sekumpulan objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di PT Focus Digisellindo Utama, sehingga populasi yang akan diambil adalah total penjualan selama tiga bulan yang jumlahnya sebanyak 3.186.

3.4. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dijadikan fokus perhatian penelitian, dalam waktu dan ruang lingkup yang ditentukan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah dengan teknik *probability sampling*, yaitu *simple random sampling* dimana anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan ketentuan Gay dan Diehl, dimana dikatakan bahwa untuk penelitian kausalitas (hubungan sebab-akibat), dianjurkan minimal 30 subjek per kelompok (Sanusi, 2017: 101). Penelitian ini mengelompokkan sampel menjadi empat kelompok, yaitu berdasarkan jenis kelamin, umur, seri *smartphone* yang dibeli, dan pekerjaan. Dari ketentuan tersebut, maka dapat diketahui jumlah sampel yang akan diambil datanya adalah $30 \text{ subjek} \times 4 \text{ kelompok} = 120 \text{ orang}$.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara. Jika dilihat dari segi teknik pengumpulan data, maka dapat dilakukan dengan wawancara (*interview*), kuesioner (angket), observasi (Kuswanto, 2012: 22), antara lain :

1. *Interview* (Wawancara)

Wawancara adalah kegiatan melakukan tanya jawab, baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan responden yang bertujuan untuk mengumpulkan data.

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner atau angket dapat dilihat sebagai salah satu teknik pengumpulan data yang diadakan secara tertulis atau lisan.

3. Observasi (pengamatan)

Observasi merupakan pelaksanaan pengamatan terhadap objek, baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan tujuan untuk mengumpulkan data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner pada konsumen PT Focus Digisellindo Utama sebagai objek untuk mendapatkan data. Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala likert.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban dari kuesioner yang disebarkan dapat diberi skor, antara lain :

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala Likert	Kode	Nilai
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: (Sanusi, 2017: 60)

3.6. Metode Analisis Data

Teknik penganalisan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang menyajikan data numerik pada pengukuran hasilnya. Data yang dianalisis pada penelitian ini dilakukan dengan menguji validitas serta reliabilitas instrumen penelitian, dimana instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesionar. Kemudian selanjutnya, analisis data diolah dengan menggunakan uji regresi linear berganda, dimana variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian konsumen, dan variabel bebas adalah atribut produk (X_1) dan harga (X_2). Untuk pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25.

3.6.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk generalisasi atau umum. Penyajian data dalam statistik deskriptif adalah melalui tabel perhitungan penyebaran data dengan perhitungan rata-rata.

Agar dapat memudahkan pendeskripsian variabel yang diteliti, maka dibutuhkan suatu kriteria untuk mendapatkan kategori pada rata-rata skor dari kuesioner yang diisi oleh responden. Adapun rumus yang dapat digunakan, antara lain :

$$i = \frac{r}{k}$$

Rumus 3.1 Interval Skor Variabel

Dengan keterangan:

- i = panjang interval
- r = *range* (data terbesar – data terkecil)
- k = banyak kelas

3.6.2. Uji Kualitas Data

3.6.2.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan instrumen pengukuran yang digunakan untuk memperoleh data dalam mengukur. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk melihat apakah suatu data itu valid atau tidak, dapat dilihat dari kriteria berikut (Wibowo, 2012: 37):

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item dinyatakan tidak valid.

3.6.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan hasil pengukuran yang dibutuhkan untuk memperoleh data sesuai dengan tujuan pengukuran. Agar dapat mencapai hal tersebut,

maka dilakukan uji reliabilitas dengan metode menggunakan *Alpha Cronbach* yang diukur berdasarkan nilai batasan penentu 0,6 (Wibowo, 2012: 53).

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model dalam regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Karena model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal (Rares & Jorie, 2015: 597).

3.6.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk pengambilan keputusan dalam menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu dengan kriteria sebagai berikut (Wibowo, 2012: 87):

1. Jika nilai $VIF > 10$ atau jika nilai *tolerance* $< 0,5$, maka ada multikolinearitas dalam model regresi
2. Jika nilai $VIF < 10$ atau jika nilai *tolerance* $> 0,5$, maka tidak ada multikolinearitas dalam model regresi.

3.6.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji

heteroskedastisitas menunjukkan penyebaran variabel bebas, dimana penyebaran yang acak menunjukkan model regresi yang baik (Rares & Jorie, 2015: 597).

Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat histogram dimana model dikatakan berdistribusi normal apabila kurva memiliki bentuk yang menyerupai lonceng (*bell shaped*). Jika diperhatikan dari *normal p-plot regression standardized*, keberadaan titik-titik di sekitar garis menunjukkan model berdistribusi normal. Dan jika melihat dari grafik *scatterplot*, dimana titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0, bila kondisi ini terpenuhi, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi layak digunakan.

3.6.4. Uji Pengaruh

3.6.4.1. Uji Regresi Linear Berganda

Penggunaan alat analisis regresi untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu atribut produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen (Y). Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Rumus 3.2 Persamaan Regresi Berganda

Dengan keterangan:

Y = keputusan pembelian konsumen (variabel terikat)

a = nilai konstanta

b_1, b_2 = koefisien regresi untuk variabel bebas

X_1 = atribut produk

X_2 = harga

3.6.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas X_1 dan X_2 secara bersama-sama. Dalam praktiknya, nilai koefisien determinasi yang digunakan untuk analisis adalah nilai R^2 yang telah disesuaikan (*adjusted R^2*), dimana persamaan regresi linear berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin besar atau mendekati satu dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas (Sanusi, 2017: 136).

3.7. Uji Hipotesis

3.7.1. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Rares & Jorie, 2015: 597). Uji F dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

3.7.2. Pengujian Secara Parsial (Uji T)

Uji statistik t atau uji parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menjelaskan variabel terikat. Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya (Rares & Jorie, 2015: 597), dengan kriteria :

1. Hipotesis alternatif diterima jika nilai signifikan $< 0,05$
2. Hipotesis alternatif ditolak jika nilai signifikan $> 0,05$

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.8.1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian terhadap konsumen yang membeli produk *smartphone* pada PT Focus Digisellindo Utama, yang berlokasi di Nagoya Hill Superblock R3 blok J no 20, Batam.

3.8.2. Jadwal Penelitian

KEGIATAN	PERTEMUAN KE-													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Penentuan lokasi dan judul penelitian	■													
Pengajuan judul penelitian		■												
Pengajuan perizinan penelitian			■											
Penyusunan bab I				■										
Penyusunan bab II					■									
Penyusunan bab III						■								
Pembuatan kuesioner							■							
Penyebaran kuesioner								■						
Pengolahan data									■					
Penyusunan bab IV										■				
Penyusunan bab V											■			
Penyusunan jurnal penelitian													■	
Pelaporan hasil Penelitian														■

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2019