

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.1.1 Definisi Penelitian Kuantitatif

Pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan penelitian yang menekankan pada keluasan informasi, (bukan kedalaman) sehingga metode ini cocok digunakan untuk populasi yang luas dengan variabel yang terbatas, sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Ong dan Sugiharto, dalam Sugiyono, 2013 : 5).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016: 117). Populasi dalam penelitian ini adalah 45 orang konsumen.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016: 118). Pada Penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampel *sampling* jenuh, dimana memungkinkan peneliti untuk mengambil seluruh dari jumlah populasi yaitu 45 orang konsumen.

3.3 Jenis data

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dibuat peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah riset (Malhotra, dalam Ong dan Sugiharto, 2013 : 6). Data

primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner kepada responden.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi (Malhotra, dalam Ong dan Sugiharto, 2013 : 6). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka dan media *online* sebagai informasi pendukung penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Kuesioner

Penelitian yang dilakukan harus didasari dengan data yang akurat sehingga cara pengumpulan data pun juga harus dilakukan dengan benar. Kuisisioner merupakan suatu daftar pertanyaan atau pernyataan tentang topik tertentu yang diberikan kepada subyek, baik secara individual atau kelompok, untuk mendapatkan informasi tertentu, seperti preferensi, keyakinan, minat, dan perilaku. Informasi yang didapatkan dengan menggunakan angket ini, peneliti tidak harus bertemu langsung dengan subyek, tetapi cukup dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis untuk mendapatkan respon (Hadjar, dalam Taniredja dan Mustafidah, 2016 : 44). Kuesioner yang diajukan nantinya akan terdapat pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian, sehingga nantinya jawabannya juga mempunyai makna dalam menguji hipotesa.

3.5 Definisi Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Indikator
Kualitas Produk Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen (Garvin dan Darvis, dalam Nasution, 2015 : 2).	Kualitas produk dibentuk oleh beberapa indikator antara lain (Kotler dan Armstrong, dalam Tamaka, 2013 : 1321) : <ol style="list-style-type: none">1. Kualitas produk2. Kehandalan3. Kenyamanan
Harga Ferdinand (dalam Mongi, Mananeke, dan Repi, 2013:2338) harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan	Kotler (dalam Rezki, 2014 : 5) terdapat beberapa indikator yang mencirikan harga adalah: <ol style="list-style-type: none">1. Keterjangkauan harga2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk3. Daya saing Harga
Keputusan pembelian Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka, proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen, kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan, dan perilaku pasca pembelian (Kotler, dalam Mongi, Mananeke, dan Repi, 2013 : 2338)	Menurut Mongi, Mananeke, dan Repi (2013 : 2338) terdapat beberapa indikator yang mencirikan keputusan pembelian: <ol style="list-style-type: none">1. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk2. Keinginan mencoba3. Kemantapan akan suatu produk4. Keputusan pembelian ulang

Sumber : Diolah oleh peneliti (2016)

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Menurut Arikunto dalam Taniredja dan Mustafidah (2016 : 42), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji yang dilakukan yaitu menggunakan uji

korelasi *bivariate pearson* antara indikator dengan total indikator. Jika nilai signifikan korelasi *pearson* $< 0,05$ maka indikator yang diuji dinyatakan valid.

Suatu alat pengukur dikatakan *reliable* bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang *reliable* secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama (Nasution, dalam Taniredja dan Mustafidah, 2016 : 43). Uji yang dilakukan menggunakan uji realibilitas *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Alpha* lebih besar $>0,6$ maka disimpulkan variabel yang diuji reliabel.

3.6.2 Analisis linier berganda

Dalam menganalisis permasalahan dalam penelitian ini, maka digunakan analisis linier berganda yang melibatkan variabel dependen dan variabel independen yang lebih dari satu. Yang dimaksud dengan berganda di sini adalah bahwa jumlah variabel independen lebih dari satu.

Analisis ini digunakan untuk meramalkan variabel dependen jika variabel independen dinaikkan atau diturunkan (Priyatno, 2013 : 47). Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y : Variabel Keputusan Pembelian

X₁ : Variabel Kualitas Produk

X₂ : Variabel Harga

α : Konstanta

β_1, β_2 : Koefisien regresi

ε : Residual

3.7 Uji Goodness of fit

3.7.1 Uji F

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk dan harga secara simultan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Priyatno, 2013 : 48).

3.7.2 Uji t

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (Priyatno, 2013 : 50).

3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi dan Koefisien korelasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen (Priyatno, 2013 : 86).

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur kuatnya hubungan variabel bebas secara simultan terhadap variabel dependen (Fure, 2013 : 278).

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas/independen (Ghozali, dalam Mongi, Mananeke, dan Repi, 2013 : 2340). Uji ini menggunakan uji VIF (*Variance*

Inflation Factor). Jika nilai hasil VIF < 10 , maka telah tidak terjadi multikolinearitas.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian statistik untuk menguji apakah di dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Widarjono, dalam Ong dan Sugiarto, 2013 : 7). Uji yang digunakan untuk melihat adanya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan Uji *Glejser*. Jika probabilitas signifikansi variabel independen $> 0,05$, maka bisa disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

3.8.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal (Widarjono, dalam Ong dan Sugiharto, 2013: 7). Uji yang digunakan adalah menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Jika nilai signifikansi dari uji *Kolmogorov-Smirnov* $> 5\%$, maka residual berdistribusi normal.

3.8.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengamat yang sekarang dan yang sebelumnya. Menurut Priyatno (2013 : 76) untuk mengetahui apakah terjadi autokorelasi maka dilakukan uji *Durbin-Watson* dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $d < dL$ atau $d > 4-dL$, maka terjadi autokorelasi
- b. Jika $dU < d < 4-dU$, maka tidak terjadi autokorelasi
- c. Jika $dL < d < dL$ atau $4-dU < d < 4-dL$, maka tidak kesimpulan

3.8.5 Uji linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk melihat apakah dalam suatu model regresi variabel independen memiliki hubungan yang linier dengan variabel terikat (Daroeni, Yamtinah, dan Nurhayati, 2013 : 142). Jika sig. of linearity $< 0,05$ maka hubungan kedua variabel adalah linier.

