

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Populasi dan Sampel

##### 3.1.1. Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan transaksi di perusahaan POSH. Jumlah frekuensi pembelian konsumen yang akan dijadikan populasi adalah sebanyak 255 transaksi yang meliputi 132 transaksi melalui media pemasaran *online*, 72 transaksi melalui *personal selling*, dan 51 transaksi melalui *exhibition* atau pameran.

##### 3.1.2. Sampel

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling (non-probability sampling)*, yaitu teknik penentuan jumlah sampel berdasarkan maksud dan tujuan tertentu (Sugiyono, 2013:156). Sampel dalam penelitian ini hanya tertuju pada konsumen perusahaan POSH.

Penentuan jumlah sampel yang baik dalam suatu penelitian apabila jumlah populasi sudah diketahui dan tingkat kesalahan yang digunakan antara 1%, 5%, atau 10% adalah menggunakan rumus dari *Isaac* dan *Michael*, yaitu (Sugiyono, 2013:158):

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$s = \frac{244,86375}{0,635 + 0,87025}$$

$$s = 162,67 = 163 \text{ sampel}$$

Keterangan:

s : jumlah sampel

$\lambda^2$  : chi kuadrat (untuk tingkat kesalahan 5%, nilainya = 3,481)

N : jumlah populasi

P : peluang benar (0,5)

Q : peluang salah (0,5)

d : perbedaan rata-rata sampel dan populasi (0,01; 0,05; atau 0,1)

### 3.2. Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data ordinal (kuantitatif), dimana data diurutkan berdasarkan kategori yang telah disusun secara berjenjang menurut besarnya. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer berupa keputusan pembelian, kualitas produk, dan harga.

Metode pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan beberapa alternatif jawaban berupa skala *likert*. Kuesioner yang diberikan akan meliputi identitas responden, data seputar tanggapan responden terhadap variabel terkait, yaitu kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.

### **3.3. Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.3.1. Uji Validitas**

Penelitian ini menggunakan alat SPSS dalam menguji validitas menggunakan *correlation pearson* antara tiap indikator terhadap total indikator, dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 5%. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data yang ada akan dinyatakan valid. Uji validitas digunakan pada variabel kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian untuk mengukur valid atau tidaknya variabel tersebut.

#### **3.3.2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas diukur dengan menggunakan SPSS dengan alat pengukuran *cronbach alpha*. Skala pengukuran dikatakan *reliable* bila *cronbach alpha*  $> 0,6$  dan *cronbach Alpha if item deleted* lebih kecil dari angka *cronbach alpha* (Sunyoto, 2009:68).

### **3.4. Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan uji hipotesis dan uji asumsi klasik dalam pengolahan datanya.

#### **3.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan metode analisis statistik mempelajari pola hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2009:277). Formula untuk regresi linier berganda adalah:

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

Keterangan:

$Y$  = keputusan pembelian

$\alpha$  = konstanta

$\beta_1$  = koefisien regresi variabel kualitas produk

$\beta_2$  : koefisien regresi variabel harga

$X_1$  : variabel kualitas produk

$X_2$  : variabel harga

$\varepsilon$  : *error*

### 3.4.2. Uji Hipotesis

#### 1. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka semua variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka semua variabel bebas memiliki pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Kuncoro, 2009:238).

#### 2. Uji t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Kuncoro, 2009:238). Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka variabel

bebas memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.

### 3. Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi

Pengujian korelasi (R) menunjukkan tingkat keeratan hubungan variabel bebas dengan variabel terikatnya. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan hasil pengkuadratan koefisien korelasi menunjukkan persentase pengaruh variabel bebas terhadap variasi variabel terikatnya (Kuncoro, 2009:240).

### 4. Analisis Korelasi Parsial

Terdapat istilah korelasi parsial yang digunakan untuk mengukur hubungan antara salah satu variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Jika mendapatkan nilai korelasi parsial yang besar, maka hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) juga semakin besar.

#### 3.4.3. Uji Asumsi Klasik

Berikut merupakan beberapa bagian dari uji asumsi klasik yang digunakan di dalam penelitian ini:

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual berdistribusi dengan normal. Uji normalitas residual dalam model regresi menggunakan *kolmogorov-smirnov (one sampel K-S)*. Jika nilai *asympt. sig*  $> \alpha = 5\%$ , maka residual regresi berdistribusi normal.

Sebaliknya, jika  $\leq \alpha = 5\%$  maka residual regresi tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas pada residual *unstandardized* menunjukkan residual berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis regresi adalah tidak ada korelasi antara variabel bebas. Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat antara variabel bebas dalam penelitian ini. VIF (*Variante Inflation Factor*) dapat digunakan untuk melakukan uji multikolinearitas. Jika nilai  $VIF < 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas atau hubungan yang kuat antara variabel bebasnya (Wijaya, 2011:121).

## 3. Uji Heterokedastisitas

Tujuan dilakukannya uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian dalam residual. Apabila model regresi memiliki variasi yang tidak konstan di sekitar garis regresi, maka akan terjadi heterokedastisitas. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*. Suatu model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$ , maka terjadi *homokedastisitas*. Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka terjadi *heteroskedastisitas* (Priyatno, 2009:160).

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji yang harus dipenuhi dalam regresi adalah tidak terjadinya autokorelasi yang dapat menyebabkan masalah pada koefisien regresi pada saat uji hipotesis dilakukan. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (Keller, 2009:697). Jika nilai *Durbin-Watson* berada antara 1,39 – 2,40 maka dinyatakan tidak terjadi autokorelasi. Sebaliknya, jika nilai *Durbin-Watson* tidak berada antara 1,39 – 2,40 maka dinyatakan terjadi autokorelasi.

