

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan peneliti merupakan penelitian kuantitatif metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2008; 13)

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini masyarakat Kabupaten Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah gabungan dari sebuah elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang melakukan pembelian HP Android merek Samsung di counter-counter HP di Kabupaten Gresik, oleh karena itu populasi ini merupakan populasi tak terbatas atau tak hingga karena tidak dapat diketahui secara pasti ukuran populasi sebenarnya dari konsumen yang menggunakan HP Android merek Samsung.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah ' ' karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008:116). Sampel diambil karena tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi. Desain sampel yang digunakan dalam penelitian adalah *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2008:120). Penelitian lain menjelaskan bahwa Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sampel yang baik menurut Sugiyono (2008:129) antara 30-500 responden.

Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 100. Sampel penelitian diambil dari masyarakat yang menggunakan handphone sistem android di Kabupaten Gresik. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Insidental*. *Sampling Insidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan / insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan itu ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono;2008) . Kriteria yang akan dijadikan sampel adalah masyarakat yang menggunakan handphone sistem android di Kabupaten Gresik.

3.4 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah konsep yang masih berupa abstrak dengan kata kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain berdasarkan variabel yang digunakan (Sutrisno Hadi, 1992). Variabel penelitian dalam hal ini terdiri dari:

1. Variabel bebas

1) Kesadaran merek (X1)

Brand Awareness atau kesadaran merek merupakan langkah awal untuk membangun sebuah merek produk. Indikatornya adalah :

- a) Merek yang paling diingat
- b) Merek yang terkenal
- c) Merek yang diingat di antara merek-merek pesaing

2) Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk adalah Tanggapan responden terhadap karakteristik tertentu pada produk yang dihasilkan oleh Hp Samsung Android. Indikatornya adalah:

- a) Desain dan bentuk menarik
- b) Fitur yang sangat lengkap
- c) Layanan dan garansi yang memuaskan

3) Iklan (X3)

Iklan adalah pesan atau berita yang bertujuan untuk memberitahukan kepada masyarakat tentang produk dan atau jasa. Indikatornya adalah :

- a) Ukuran visual
- b) Efek suara dan warna

- c) Tokoh iklan
- d) Durasi setandar dalam penyajian iklan

2. Variabel terikat

Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untu melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Indikator – indikatornya:

- a) Daya tarik harga
- b) Daya tarik merek
- c) Daya tarik produk
- d) Pilihan pada produk baru

3.5 Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Skala Likert*, yaitu skala yang berasal dari pernyataan kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan, dan digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2007 : 132) kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut :

Sangat Setuju : diberi skor 5

Setuju : diberi skor 4

Ragu-ragu : diberi skor 3

Tidak Setuju : diberi skor 2

Sangat Tidak Setuju : diberi skor 1

Pada penelitian ini responden memilih salah satu dari kategori jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu. Skor responden dijumlahkan dan jumlah ini merupakan total skor. Total skor inilah yang ditafsir sebagai posisi responden dalam *Skala Likert*.

3.6 Jenis dan Sumber Data

3.6.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data subjek. Data subjek merupakan data penelitian yang berupa opini, sikap pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian atau responden (Indriantoro dan supomo, 2002).

3.6.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu: Data primer menurut Umar (2000) merupakan data yang didapat langsung dari sumber, yaitu dari individu atau perseorangan, seperti dari wawancara maupun hasil dari pengisian kuesioner yang berisis tentang kesadaran merek,kualitas produk dan iklan terhadap keputusan pembelian.

3.7 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan atau pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran data pertanyaan (*questioner*). Data kuisisioner penelitian ini akan disebarakan pada konsumen yang melakukan pembelian Handphone Samsung bersistem Androit di Kabupaten Gresik. Hal ini dilakukan bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban dari responden (Kuncoro, 2003).

3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh variabel bebas (kesadaran merek, kualitas produk dan iklan) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Oleh karena itu digunakan Analisis Regresi Linier Berganda.

Model regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ferdinand, 2006).

3.9 Analisis Regresi Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini, maka digunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2001).

Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih regresinya disebut juga regresi berganda. Oleh karena variabel independen dalam penelitian ini mempunyai variabel yang lebih dari dua, maka regresinya disebut regresi berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu produk, harga dan lokasi terhadap variabel dependen atau terikat yaitu keputusan pembelian.

Koefisien variabel independen dalam persamaan regresi berganda tersebut akan diinterpretasikan dengan menggunakan *standardized beta coefficient*. Hal ini disebabkan unit ukuran dari variabel independen tidak sama. Keuntungan menggunakan *standardized beta coefficient* adalah dapat mengeliminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independen (Ghozali, 2001).

Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh variabel bebas (kesadaran merek, kualitas produk dan iklan) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Oleh karena itu digunakan Analisis Regresi Linier Berganda.

Model regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ferdinand, 2006).

Model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana: Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b1-b2-b3	: Koefisien Regresi
X1	: variabel kesadaran merek
X2	: variabel kualitas produk
X3	: variabel iklan
e	: Standar <i>error</i> .

3.10 Uji Instrumen

3.10.1 Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk menguji apakah kuesioner layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian. Suatu skala pengukur dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2007:109). Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut tidak valid.

3.10.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrument yang mengukur suatu konsep. Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan hasil jawaban suatu pertanyaan dengan pertanyaan lain atau

mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan (Ghozali, 2005). SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Nunnally, 1969 dalam Ghozali, 2005).

3.11 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependennya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau histogram dari residualnya. Data normal dan tidak normal dapat diuraikan sebagai berikut (Ghozali, 2009).

2. Uji Multikolinearitas

Jika pada model persamaan regresi mengandung gejala multikolinearitas, berarti terjadi korelasi (mendekati sempurna) antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Suatu model regresi yang bebas multiko adalah sebagai berikut mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 (Ghozali, 2001).

3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghazali (2001) uji heterokedastisitas menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Deteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik Scatterplot. Dasar pengambilan keputusannya yaitu jika ada pola tertentu seperti titik-titik (poin poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.12 Uji Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat dinilai dengan *Goodness of Fit*-nya. Secara statistik setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima (Ghazali, 2001).

Prosedur pengujian statistik sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis satu (uji t)

Untuk mengetahui masing-masing variabel bebas secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel terikat.

- 1) $H_0 = \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan.
- 2) $H_1 = \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan.
- 3) Rumus:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_i}{\text{Se}(b_i)} \quad (\text{Djarwanto, 2001;95})$$

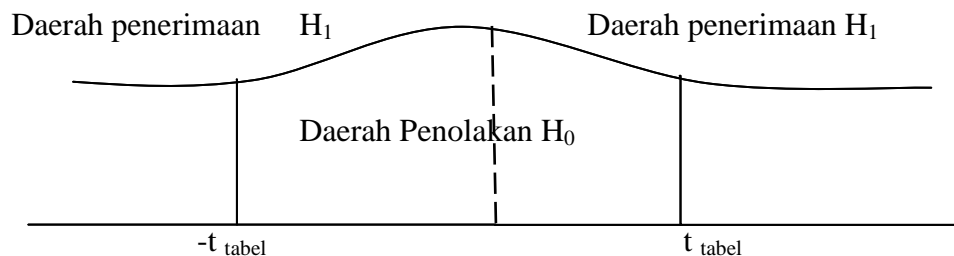
Keterangan :

β_1 = Koefisien Regresi

Se = standar error

Tingkat signifikansi $\alpha = 5\%:2 = 2,5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (Priyatno 2009;85). Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat secara parsial. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel terikat dan variabel bebas.

- 4) Kriteria pengujian sebagai berikut



Gambar 3.1
Daerah penerimaan dan Penolakan H₀
(Uji t)

H₀ diterima jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

H₀ ditolak jika $-t_{\text{hit}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

2. Uji hipotesis dua adalah uji F atau mengetahui pengaruh variabel secara simultan terhadap variabel terikat.

1) H₀ = $\beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ artinya secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel (bebas) dan variabel (terikat) secara bersama-sama.

2) H₁ = $\beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ artinya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel (bebas) dan variabel (terikat) secara bersama-sama.

3) Rumus :

$$f_{\text{hitung}} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (N - k - 1)} \quad (\text{Sudjana, 2005 ;355})$$

Dimana :

R² = koefisien determinasi

N = Jumlah observasi

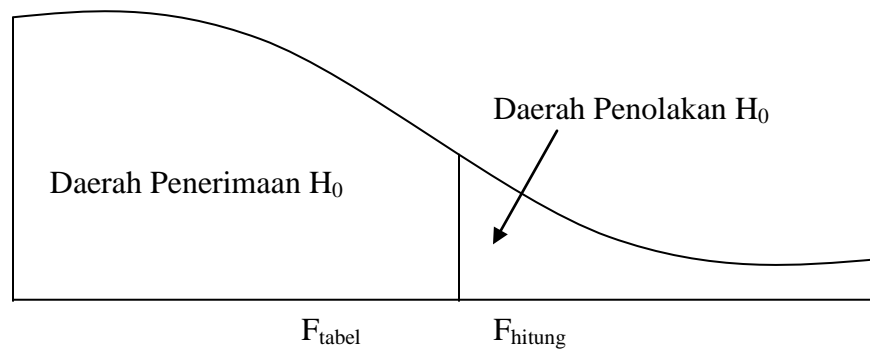
K = Jumlah variabel bebas

Tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05) dengan df 1 = jumlah variabel -1 dan df2= n-k-1 (Priyatno, 2009;82). Jika F hitung \geq F table maka H₀ ditolak

dan H_1 diterima yang artinya ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

4) Kriteria pengujian sebagai berikut



Gambar 3.2
Daerah penerimaan dan Penolakan H_0
(Uji F)

H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$