

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Arikunto (2013:203) Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian. Metode dan jenis penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif korelasional. Menurut Arikunto (2013:313) koefisien korelasi adalah suatu alat statistik, yang dapat digunakan untuk membandingkan hasil pengukuran dua variabel yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan antara variabel-variabel ini. Penelitian korelasional bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidak hubungan itu.

3.2. Lokasi Penelitian

Dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan untuk membahas permasalahan, maka objek penelitian ini dilakukan di Jln. Usman Sadar 75A Kemuteran Kec. Gresik Kab. Gresik, Jawa Timur.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Arikunto (2013:173) Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi yang dimaksud populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun prosentase kesamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah semua Konsumen Telkomsel Gresik.

3.3.2. Sampel

Penarikan atau pembuatan sampel dari populasi untuk mewakili populasi disebabkan untuk mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi. Arikunto (2010:174) mengatakan bahwa “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *Non Probability* jenis *Incidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data, Sugiyono (2013:96).

3.4. Jenis dan Sumber Data Serta Skala Pengukuran

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data akan dilakukan melalui survey pada responden dengan memberikan wawancara terstruktur dengan menggunakan kuesioner pada konsumen berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan, Sugiyono (2013;2)

3.5. Teknik Pengambilan Data

Teknik Pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan metode sebagai berikut :

1. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2013;80). Kuisisioner dalam penelitian ini dibuat dalam bentuk pilihan ganda yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti dan didistribusikan kepada responden (Konsumen) telkomsel Gresik.

3.6. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1. Identifikasi Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dengan memahami fenomena yang diteliti maka variable yang ada didalam penelitian ini adalah:

1. Variable Bebas (*Independen variable*) dengan simbol X, yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Promosi (X3)
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) dengan simbol Y, yaitu Keputusan Pembelian (Y)

3.6.2. Definisi Operasional Variabel

Merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur sehingga peneliti dapat mengetahui baik buruknya pengukuran tersebut. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Independent X dalam penelitian ini adalah Kualitas produk, harga dan promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkomsel di Gresik.

- a. Variabel Kualitas Produk (X₁).

Kualitas produk adalah menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayai produk tersebut, ketepatan (*precision*) produk, dari segi pandangan pemasaran kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu atau kualitas produk tersebut. Adapun indikator kualitas produk menurut Tjiptono (2012;121) yaitu :

- 1) Kinerja produk
- 2) Ciri atau keistimewaan produk
- 3) Ketahanan produk.

b. Variabel Harga (X_2).

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:52) didalam variabel harga ada beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, dan periode pembayaran., ada tiga indikator yang mencirikan harga yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Kesesuaian harga dengan manfaat.

c. Variabel Promosi (X_3).

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan. Menurut Lupiyoadi (2013:92), ada tiga indikator yang mencirikan promosi yaitu:

- 1) Iklan menarik
- 2) Keramahan tenaga penjual
- 3) Potongan harga yang diberikan
- 4) Keefektifan artikel mengenai promosi

d. Variabel Dependent (Y) dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian Produk Telkomsel Gresik.

Keputusan pembelian variable (Y). Keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan akan pembelian, yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian, keputusan mana

didasarkan atas hasil yang diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Adapun indikator Keputusan Pembelian menurut Kotler dan Amstrong (2014;159) yaitu:

- 1) Keputusan terhadap produk yang tersedia
- 2) Keputusan terhadap Harga yang diberikan
- 3) Keputusan terhadap pelayanan yang diberikan

3.7. Teknik Pengukuran Data

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan metode angket (kuisisioner) dan skala likert, yang mana responden diminta untuk memberikan jawaban pada alternatif jawaban yang ada. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono (2013;92).

Kuesioner yang digunakan dalam hal ini adalah kuesioner tertutup, yakni kuesioner yang sudah disediakan jawabannya sehinggalah responden tinggal memilih dan dijawab secara langsung oleh responden. Selain itu item pertanyaan yang diajukan dan disediakan pula alternatif jawaban. Data angket berupa data kualitatif maka perlu diubah menjadi data kuantitatif dengan menggunakan simbol berupa angka.

Dengan menggunakan rentang skala 1 sampai 5, dimana semakin tinggi nilai skor yang diberikan maka akan semakin baik nilai indikator tersebut.

Adapun perincian penilaian tersebut adalah :

1. Jawaban SS (Sangat Setuju) dengan skor nilai 5
2. Jawaban S (Setuju) dengan skor nilai 4
3. Jawaban RR (Ragu-Ragu) dengan skor nilai 3

4. Jawaban TS (Tidak Setuju) dengan skor nilai 2
5. Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor nilai 1

Makin sesuai antara jawaban yang diberikan responden dengan jawaban yang diharapkan, maka semakin tinggi skor atau bobot yang diperoleh. Jawaban setiap item instrumen tersebut menggunakan skala Likert dalam bentuk pilihan ganda.

3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian ini menggunakan kuisioner dalam pengumpulan data primer, sebelum kuisioner tersebut digunakan dalam analisis selanjutnya, kuisioner ini terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan program SPSS (*Social Product of Social Science*). Apabila dalam uji normalitas dan reliabilitas didapatkan data yang berdistribusi normal, maka dapat dilakukan langkah selanjutnya. Namun apabila datanya ternyata tidak berdistribusi normal maka tidak dapat dilakukan langkah selanjutnya.

3.8.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013;121) validitas adalah instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid Ghazali (2013;53).

r tabel didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$\boxed{df = n - 2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dan hasil pengukuran dapat diandalkan dan dipercaya. Reliabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama Sugiyono (2013;121).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan kriteria bahwa variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 Nunnally dalam Ghozali, (2013;48).

3.9. Uji Asumsi Klasik

Model linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi klasik statistik yang meliputi sebagai berikut :

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan, Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih

dari 10 dan nilai *Tolerance* (TOL) tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas Ghozali (2013;106).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah residual bersifat konstan atau sama untuk berbagai pengamatan.

Deteksi adanya heteroskedastisitas diuji melalui chart scatterplot dengan dasar analisis, jika titik-titik yang terdapat dalam charts tersebut membentuk pola titik-titik yang teratur seperti gelombang, melebar kemudian menyempit berarti terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas Ghozali (2013;139).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis grafik dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2013;163) yaitu:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

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

3.10. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

3.10.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dimaksud untuk menganalisis pengaruh dari variabel Kualitas Produk (X_1), Kualitas Layanan (X_2), Harga (X_3) dan Inovasi (X_4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan persamaan berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

- Y : Kepuasan Konsumen
- a : Konstanta
- b_1 - b_4 : Koefisien Regresi
- X_1 : Kualitas Produk
- X_2 : Harga
- X_3 : Promosi

3.10.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013;97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara

masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti mengajurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

3.10.3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis diajukan, maka digunakan statistik uji F dan Uji t.

1. Uji t

Uji ini digunakan untuk menguji seberapa jauh satu variabel bebas (*independen*) secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (*dependen*).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap antara lain :

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = 0$ artinya variabel Kualitas produk (X_1) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkomsel di Gresik (Y).

$H_a : b_1 \neq 0$ artinya variabel Kualitas produk (X_1) ada pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Telkomsel di Gresik (Y).

$H_0 : b_2 = 0$ artinya variabel Harga (X_2) tidak ada pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Telkomsel di Gresik (Y).

$H_a : b_2 \neq 0$ artinya variabel Harga (X_2) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkomsel di Gresik (Y).

$H_0 : b_3 = 0$ artinya variabel Promosi (X_3) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkomsel di Gresik (Y).

$H_a : b_3 \neq 0$ artinya variabel Promosi (X_3) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkomsel di Gresik (Y).



Gambar 3.1
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t

b. Menentukan taraf signifikansi

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan pengujian dua arah (*2-tailed*) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

Keterangan :

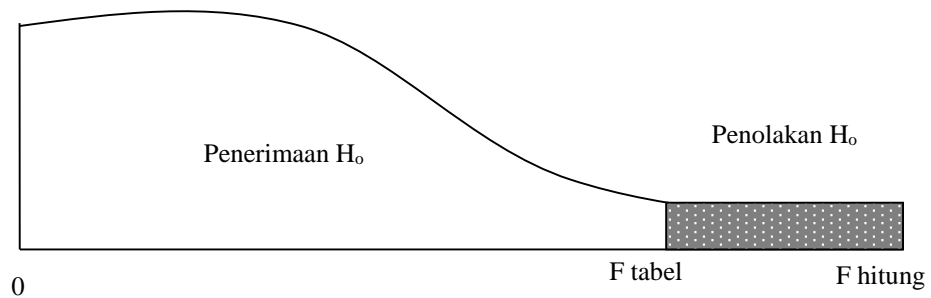
n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

c. Menentukan kriteria pengambilan keputusan

1.) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial ada pengaruh nyata antara Kualitas produk (X_1), Harga (X_2), dan promosi (X_3), terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkomsel di Gresik (Y).

2.) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh nyata antara Kualitas produk (X_1), Harga (X_2), dan promosi (X_3), terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkomsel di Gresik (Y).



Gambar 3.2
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F