

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2014;7) mengemukakan bahwa pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka hasil jawaban survei yang disebarkan ke sampel penelitian dan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang digunakan dalam penelitian ini akan diolah dengan menggunakan statistik.

3.2. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi yang telah ditentukan adalah Kecamatan Kebomas dan Kecamatan Gresik. Alasan yang mendasari pemilihan lokasi tersebut dikarenakan masalah yang hendak dipecahkan atau fenomena yang akan diamati terjadi di lokasi tersebut dan merupakan tempat makam wali sunan Giri dan sunan Maulana Malik Ibrahim.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari Sugiyono, (2010;115). Populasi yang dimaksud penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan yang membeli produk sarung tenun di PT. SUKORINTEX.

3.3.2. Sampel

Sugiyono (2010;81) meyakini bahwa sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Dalam penelitian ini penarikan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling accidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang tersebut di pandang cocok sebagai sumber data Sugiyono, (2013;124).

Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2015:131) adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, maka untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus. Riduwan dan Akdon, (2013 : 255) rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut :

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \cdot \delta}{\varepsilon} \right]^2 = \left[\frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right]^2 = 96,04 \approx 96$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z_{α} = nilai tabel Z = 0,05

δ = standar deviasi

ε = margin error

Berdasarkan rumus diatas sampel yang diambil sebanyak 96 konsumen atau pelanggan yang membeli produk sarung tenun di PT. SUKORINTEX.

3.4. Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1. Identifikasi Variabel

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

1. Variabel bebas (*Independent Variable*) dengan simbol X, yaitu Harga (x_1), *Brand Image* (x_2), Kualitas Produk (x_3), dan Desain Produk (x_4),
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) dengan symbol Y, yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.4.2. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahan persepsi terhadap variabel penelitian, berikut ini diberikan penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Harga (x_1)

Harga merupakan nilai untuk mendapatkan suatu produk kepada konsumen

manfaat dari memiliki atau menggunakan pada satu waktu tertentu. Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Sabran (2012:278), ada empat indikator yang harga yaitu:

- a. Keterjangkauan harga.
 - b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
 - c. Daya saing harga.
 - d. Kesesuaian harga dengan manfaat.
2. *Brand Image* (x_2)

Brand image atau citra merk adalah persepsi konsumen terhadap harapan dan pengalaman tentang produk. Indikator-indikator citra merk dari Lane dan Keller (2013:77) yaitu :

- a. Memiliki citra yang positif
 - b. Atribut merek mudah diingat
 - c. Atribut merek mudah disebut
 - d. Memiliki keunik dalam hal system pembayaran
3. Kualitas Produk (x_3)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya Indikator kualitas produk menurut Garvin (2012:121) adalah sebagai berikut:

- a. *Performance* kinerja (*performance*)
- b. Keistimewaan tambahan (*features*)
- c. Keandalan (*reliability*)

- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)
- e. Daya tahan (*durability*)
- f. Kecepatan, kenyamanan dan kemudahan (*serviceability*)
- g. Daya Tarik oleh panca indra (*estetika*)

4. Desain Produk (x_4)

Desain produk adalah guna membedakan produk yang dihasilkan perusahaan dengan produk-produk saingan. Menurut Kotler dan Keller (2009:10) terdapat indikator desain produk, yaitu mencakup:

- a. Bentuk sebuah produk.
- b. Kesesuaian desain produk.
- c. Ketahanan sebuah produk.
- d. Gaya desain produk.

5. Keputusan pembelian konsumen (Y)

Keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua pilihan, artinya seseorang dapat melakukan keputusan pembelian haruslah terdapat beberapa pilihan Indikator-indikator menurut Kotler (2012:60) terdapat beberapa indikator dari

keputusan pembelian, yaitu:

- a. Kemantapan pada sebuah produk.
- b. Kebiasaan dalam membeli produk.
- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
- d. Melakukan pembelian ulang.

3.5. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dilakukan dengan alat kuisisioner yang diisi oleh responden. Adapun seluruh variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Skala Likert* dengan ketentuan Menurut Sugiono (2013;93) sebagai berikut:

1. Untuk jawaban Sangat Setuju : skor 5
2. Untuk jawaban Setuju : skor 4
3. Untuk jawaban Ragu- Ragu : skor 3
4. Untuk jawaban Tidak Setuju : skor 2
5. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju : skor 1

3.6. Jenis dan Sumber Data

3.6.1. Jenis Data

1. Data Primer.

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dikumpulkan oleh peneliti dari lapangan atau obyek penelitian sesuai dengan variabel yang diteliti kemudian diolah. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah jawaban responden atas pernyataan yang diajukan kepada responden, Sugiyono (2013;137). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui daftar pertanyaan kuisisioner yang diberikan kepada responden, yaitu konsumen atau pelanggan produk sarung tenun di PT. Sukorintex.

3.6.2. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari bagian biro sumber

daya manusia di PT. Sukorintex.

3.7. Teknik Pengambilan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner yang diisi langsung oleh responden, dalam hal ini adalah konsumen atau pelanggan produk sarung tenun di PT. Sukorintex.

3.8. Uji Instrumen

3.8.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:255) Instrumen yang *valid* berarti alat ukur yang dapat digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu *valid*. *Valid* berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan digunakan untuk mengukur *valid* atau tidaknya suatu kuesioner.

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 (Ghozali, 2013:53). Sebaliknya jika *r* hitung < *r* tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid. *r* tabel didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (*df*) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat sejauh mana ukuran menciptakan respon yang sama sepanjang waktu dan lintas situasi. Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika hasil pengukuran dari alat ukur tersebut stabil dan konsisten (Ghazali, 2013;52). Uji reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan uji statistik *cronbach's alpha* (α) dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* (α) adalah di atas 0,7 dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian ini reliable serta dapat digunakan untuk penelitian dan apabila nilai *cronbach's alpha* (α) adalah di bawah 0,7 disimpulkan bahwa instrument penelitian ini tidak reliable serta tidak dapat digunakan untuk penelitian.

3.9. Uji Asumsi Klasik

3.9.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dengan grafik masih bisa terjadi kesalahan apabila tidak berhati-hati karena secara visual data akan kelihatan normal, padahal secara statistik tidak normal. Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas yaitu uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) (Ghozali, 2013;113). Uji K- S dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut :

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

Data residual berdistribusi normal atau H0 diterima apabila nilai signifikans diatas 0,05. Dan data residual dikatakan tidak normal apabila nilai signifikannya dibawah 0,05.

3.9.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Terjadinya multikolonieritas menurut Ghozali (2013;105) dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai dari *tolerance* dan VIF adalah berlawanan, artinya apabila nilai *tolerance* rendah berarti nilai dari VIF adalah tinggi, karena $VIF = 1/Tolerance$. Nilai *cut off* yang sering digunakan untuk melihat adanya multikolonieritas ditunjukkan dengan nilai *Tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

3.9.3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ini terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dengan menggunakan uji glejser. Uji glejser ini meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen menurut (Ghozali, 2013:142) dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_t$$

Apabila variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Absolut U_t (Abs U_t), maka akan terjadi heteroskedastisitas. Tidak akan ada indikasi terjadi heteroskedastisitas apabila probabilitas tingkat signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05.

3.10. Teknik Analisis Data

3.10.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*) adalah satu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisa hubungan antara satu variabel dependen tunggal dan beberapa variabel independen. Model regresi linier berganda dalam penelitian ini disusun menggunakan nilai koefisien regresi *unstandardized B* (untuk analisis pengaruh simultan) dan *standardized beta* (untuk analisis pengaruh parsial). Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana;

Y : Keputusan Pembelian

β_0 : Koefisien konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Koefisien regresi

X_1 : Harga

X_2 : *Brand Image*

X_3 : Kualitas Produk

X_4 : Desain Produk

e : Error

3.10.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2013;100) koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk menguji seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara satu dan nol. Apabila nilai R^2 kecil mengartikan bahwa kemampuan variabel-variabel independen sangat terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila nilai yang dihasilkan

mendekati angka satu maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.11. Uji Hipotesis

3.11.1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Harga (X_1), *Brand Image* (X_2), Kualitas Produk (X_3) dan Desain Produk (X_4) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hipotesis dalam Uji t yaitu:

$H_0 : b_1 = 0$ artinya variabel Harga (X_1) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : b_1 \neq 0$ artinya variabel Harga (X_1) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0 : b_2 = 0$ artinya variabel *Brand Image* (X_2) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : b_2 \neq 0$ artinya variabel *Brand Image* (X_2) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

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

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

$H_0 : b_4 = 0$ artinya variabel Desain Produk (X_4) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : b_4 \neq 0$ artinya variabel Desain Produk (X_4) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Adapun kriteria pengambilan keputusan pada uji-t ini adalah dengan cara melihat nilai signifikansi dari hasil output SPSS.

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.11.2. Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model atau yang lebih populer disebut sebagai uji F (ada juga yang menyebutnya sebagai uji simultan model) merupakan tahapan awal mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak (Ghozali, 2013:98). Layak (andal) disini maksudnya adalah model yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Nama uji ini disebut sebagai uji F, karena mengikuti mengikuti distribusi F yang kriteria pengujiannya seperti *One Way Anova*. Penggunaan software SPSS memudahkan penarikan kesimpulan dalam uji ini. Apabila nilai prob. F hitung (ouput SPSS ditunjukkan pada kolom sig.) lebih kecil dari tingkat kesalahan/error (alpha) 0,05 (yang telah ditentukan) maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi layak, sedangkan apabila nilai prob. F hitung lebih besar dari tingkat kesalahan 0,05 maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi tidak layak.