

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:7) penelitian kuantitatif adalah metode yang data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Sedangkan jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu penelitian yang berusaha untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih Sugiyono (2012:11).

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini di Universitas Muhammadiyah Gresik yang beralamatkan di Jl. Sumatera No. 101, Randuagung, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61121.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:61). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik angkatan tahun 2017 yang sejumlah 251 mahasiswa.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. 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 (Sugiyono. 2015; 62). Adapun penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2015:74) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling* dimana tidak memberi peluang /kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penentuan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus dari Krejcie dan Morgan. Adapun rumus yang digunakan oleh Krejcie dan Morgan yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{x^2 \cdot N \cdot P(1 - P)}{(N - 1) \cdot d^2 + x^2 \cdot P(1 - P)}$$

Dimana :

- n = ukuran sampel
- N = ukuran populasi
- $x^2$  = nilai Chi Kuadrat
- P = proporsi populasi
- d = galat pendugaan

Dari rumus tersebut diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{3,841.251.0,5(0,5)}{(250).0,05^2 + 3,841.0,5(0,5)}$$

$$n = \frac{241,02275}{0,625 + 0,96} = 152,06 = 150$$

Sehingga sampel dalam penelitian ini yaitu sebesar 150 mahasiswa.

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.4.1 Jenis Data**

Pada Penelitian ini, jenis data yang dipakai oleh peneliti adalah 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 berdasarkan indikator variabel Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ) yang diajukan kepada responden.

#### **3.4.2 Sumber Data**

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari data konsumen yang pernah melakukan pembelian kartu internet Telkomsel.

### **3.5 Teknik Pengambilan Data**

Dalam penelitian ini teknik pengambilan data yang digunakan adalah teknik kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:142). Kuesioner dalam penelitian ini reponden akan diberikan pertanyaan-pertanyaan mengenai Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ) pada kartu internet Telkomsel. Penelitian ini, digunakan daftar pertanyaan bersifat tertutup, dimana alternatif jawaban telah disediakan.

### **3.6 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

#### **3.6.1 Identifikasi Variabel**

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terdiri dari variabel bebas dan terikat yang diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel bebas / *Independent*

Variabel bebas (*Independent*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*Dependent*).

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Harga (X1)
- b. Kualitas Produk (X2)
- c. Promosi (X3)

2. Variabel terikat / *Dependent*

Variabel terikat (*Dependent*) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

#### **3.6.2 Definisi Operasional Variabel**

Variabel dalam penelitian ini yaitu terkait promosi, harga, kualitas informasi dan keputusan pembelian. Definisi operasional variabel dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Harga (X1)

Harga merupakan suatu nilai yang ditukar oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa pada satu waktu tertentu. Penelitian ini menggunakan indikator harga menurut Suryadi dan Hutomo (2011), yaitu sebagai berikut:

1. Potongan harga
  2. Penetapan harga
  3. Variasi pilihan tipe
  4. Harga jual merk pesaing
2. Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk merupakan karakteristik dari barang atau jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Adapun indikator dari kualitas produk menurut Garvin (2012:121) adalah sebagai berikut:

1. Kinerja (*performance*)
  2. Keistimewaan tambahan (*features*)
  3. Keandalan (*reliability*)
  4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)
  5. Daya tahan (*durability*)
  6. Kecepatan, kenyamanan dan kemudahan (*serviceability*)
  7. Daya tarik oleh panca indra (estetika)
3. Promosi (X3)

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk Telkomsel. Adapun indikator dalam promosi yaitu dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Periklanan (*Advertising*)
2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)
3. Publisitas dan Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)
4. Penjualan Personal (*Personal selling*)

#### 4. Keputusan Pembelian (Y)

Perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk atau jasa. Schiffman dan Kanuk (2017:61). Adapun indikator dalam keputusan pembelian dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

#### 3.7 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dilakukan dengan alat bantu kuisioner yang diisi oleh responden. Pengukuran kuisioner dalam penelitian ini menggunakan *Skala Likert* dibuat dalam bentuk pilihan ganda. Menurut Sugiyono (2012:93) menyatakan bahwa *Skala Likert* adalah skala yang berisi lima tingkat prefensi jawaban dengan rincian 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

### 3.8 Uji Instrumen

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 reabilitas 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 (2012;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 (Ghozali, 2013;53).  $r$  tabel didapat dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 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**

Sugiyono (2012;121) mengatakan Uji 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.

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:

#### **3.9.1 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).

### 3.9.2 Uji Glejser

Uji glejser merupakan salah satu cara yang digunakan untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas. Uji glejser ini meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (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.

### 3.9.3 Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)

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). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut :

$H_0$  : Data residual berdistribusi normal

$H_A$  : Data residual tidak berdistribusi normal

Data residual berdistribusi normal atau  $H_0$  diterima apabila nilai signifikans di atas 0,05. Dan data residual dikatakan tidak normal apabila nilai signifikannya dibawah 0,05.

### 3.10 Teknik Pengambilan dan Analisis Data

#### 3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dimaksud untuk menganalisis pengaruh dari variabel Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ) dan Promosi ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) dengan persamaan berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:  $Y$  = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)  
 $a$  = Konstanta  
 $b_1$  = Koefisien variabel Harga  
 $b_2$  = Koefisien variabel Kualitas Produk  
 $b_3$  = Koefisien variabel Promosi  
 $x_1$  = Harga  
 $x_2$  = Kualitas Produk  
 $x_3$  = Promosi  
 $e$  = Nilai Residu

#### 3.10.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghazali (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<sup>2</sup>* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti  $R^2$ , nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

### **3.11 Uji Hipotesis**

#### **3.11.1 Uji t**

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Promosi (X3) 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.