

BAB III

METODE PENELITIAN

Uraian mengenai metodologi penelitian ini meliputi *setting* penelitian, desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, instrument penelitian, dan teknik analisa data.

A. *Setting* Penelitian

Penelitian dilakukan di Make Over, Matahari Mall PSX Palembang Square. Penelitian dilakukan kepada Pelanggan yang pernah menggunakan Produk Make Over.

Peneliti mengambil responden Pelanggan Make Over dikarenakan peneliti beranggapan bahwa responden tersebut merupakan konsumen potensial bagi Produk Make Over. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan terhadap Pelanggan Make Over.

B. Desain Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah yang disebutkan sebelumnya, maka desain tulisan ini termasuk pada jenis deskriptif kuantitatif.

Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data

menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

Penelitian pada umumnya dilakukan pada populasi atau sampel tertentu yang representatif. Proses penelitian bersifat deduktif, di mana untuk menjawab rumasan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut selanjutnya diuji melalui pengumpulan data lapangan. Untuk mengumpulkan data digunakan instrument penelitian. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik.²

Dengan kata lain hasil penelitian yang diuraikan dengan kata-kata menurut pendapat responden, apa adanya sesuai dengan pertanyaan penelitian, kemudian dianalisis pula dengan kata-kata apa yang melatar belakanginya responden (berpikir, berperasaan, dan bertindak) seperti itu tidak seperti lainnya, direduksi, ditriangulasi, disimpulkan (diberi makna oleh peneliti), dan diverifikasi, atau dikonsultasikan kembali kepada responden.

C. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini dari segi tujuannya termasuk penelitian deskriptif kuantitatif yang memaparkan tentang minat beli terhadap suatu produk dan faktor-faktor yang melatarbelakangi minat beli tersebut secara apa adanya. Sumber data penelitian ini berupa *data primer* dan *data sekunder*.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 14

² *Ibid.*, hlm. 14

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan data skunder.

1. Data primer

Data primer diperlukan sebagai data yang didapat secara langsung yaitu melalui data yang didapat dari responden yang akan diteliti secara langsung dengan cara kuisisioner atau daftar pertanyaan yang sudah disiapkan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diberikan pada para responden yaitu Pelanggan Make Over Palembang Square.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui mencatat data yang telah dikumpulkan dari berbagai pihak yang berhubungan dan studi kepustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku, Jurnal, dan Artikel-artikel yang diambil melalui internet yang berkaitan dengan Keputusan Pembelian, Harga, Kualitas Produk.

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel

- a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Make Over Palembang Square.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014) hlm. 119

b. Sampel

Menurut Sunyato, Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya sedikit daripada populasinya).⁴ Sampel dalam penelitian ini adalah Pelanggan Make Over Palembang Square.. Penentuan jumlah sampel ditentukan penulis berdasarkan perhitungan melalui rumus Hair et al adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10.⁵ Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} S &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 13 \times 5 \\ &= 65 \end{aligned}$$

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 65 responden

Keterangan :

$$S = \text{Sampel}$$

c. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *purposive sampling* yaitu metode berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu.⁶

⁴ Sugiyono. "Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D". Bandung: Cet. Ke-20. Alfabeta.2014. hlm. 81

⁵ Deny danar Rahayu, Pengaruh Iklan dengan Epic Model Pada Media Televisi Terhadap Sikap Penonton (studi Kasus pada Iklan Minuman Isotonik Fatigon Hydro Versi "Macet" di Kota Pekan baru), Jurnal Sosial Ekonomi dan Pembangunan, Vol 2 No 6

⁶ Sugiono. "Op. Cit"

Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan produk Make Over di Palembang Square yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Berumur 17 tahun keatas
2. Berkunjung dan melihat produk Make Over
3. Membeli produk Make Over

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuisisioner

Menurut Soeratno dan Lincoln Arsyad dikutip oleh Sunyoto, Kuisisioner atau angket merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk di isi.⁷ Responden diminta menanggapi pernyataan yang diberikan dengan cara menjawab daftar pernyataan tentang seberapa besar penilaian mereka atas pengaruh Harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Jenis kuisisioner yang akan digunakan adalah kuisisioner tertutup yaitu responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan cara memilih jawaban yang telah disediakan dengan Skala *Likert* yang berisi lima tingkatan pilihan jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap pernyataan yang dikemukakan. Dalam pengukuran aspek pengaruh harga dan kuliatas produk terhadap keputusan pembelian konsumen digunakan Skala Tingkat (*Likert*) dengan keterangan sebagai berikut:

⁷ Danang Sunyoto. "*Op.Cit*". Hlm. 113

1. Sangat Setuju = Skor 5
2. Setuju = Skor 4
3. Netral = Skor 3
4. Tidak Setuju = Skor 2
5. Sangat Tidak Setuju = Skor 1

Semakin besar jumlah nilai yang diberikan responden untuk tiap faktor, menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

2. Studi Kepustakaan

Penelitian kepustakaan yaitu dilakukan dengan membaca buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, thesis maupun skripsi sebagai acuan penelitian terdahulu, dan dengan cara *browsing* di internet untuk mencari artikel-artikel serta jurnal-jurnal atau data-data yang dapat membantu hasil dari penelitian.

F. Variabel-Variabel Penelitian

1. Variabel bebas (Independen)

Variabel independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. Dalam *script analysis*, akan terlihat bahwa variabel yang menjelaskan mengenai jalan atau cara sebuah masalah dipecahkan adalah

tidak lain variabel-variabel independen⁸. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah Harga (X1) Kualitas Produk (X2).

2. Variabel Terikat (dependen)

Variabel Terikat adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Dalam *script analysis*, nuansa sebuah masalah tercermin dalam variabel dependen. Hakekat sebuah masalah (*the nature of a problem*) mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti⁹. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah Keputusan Pembelian

G. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu alat ukur test dalam kuisisioner. Menurut Singarimbun dikutip oleh Sunyoto validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.¹⁰ Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif pada signifikan 0,05 (5%) maka data tersebut bisa dikatakan valid. Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka data dikatakan tidak valid

⁸ Ferdinand Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2006. Hlm.34

⁹ *Ibid.* hlm. 36

¹⁰ Danang Sunyoto. "*Op.Cit*". Hlm. 114

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik.¹¹ Pada program SPSS akan dibahas untuk uji yang sering digunakan penelitian mahasiswa dengan metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini sangat cocok digunakan dalam skor berbentuk skala rentangan (> 60).¹²

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber lain terkumpul. Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Al Ghozali menyatakan bahwa Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.¹³ Ada dua

¹¹ *Ibid.* hlm. 115

¹² Duwi Priyanto. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta: Media Kom. 2010. Hlm. 90

¹³ Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2011. Hlm. 160

cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$.¹⁴

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas sebagai prediktor mempunyai hubungan yang linear atau tidak dengan variabel terikat. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis kolerasi atau regresi linear. SPSS dengan menggunakan *Tes For Linierity* dengan pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.¹⁵

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Sunyoto, Uji multikolinearitas digunakan upaya untuk menentukan ada dan tidaknya kolerasi yang sempurna atau mendekati hubungan yang sempurna.¹⁶ Menurut Imam Al Ghozali menyatakan bahwa uji multikolinieritas mempunyai tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).¹⁷ Jika variabel bebas saling

¹⁴ *Ibid.* hlm. 165

¹⁵ Sutrisno Hadi. *Seri Program Statistic-Versi 2000*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada. 2000. Hlm 103

¹⁶ Danang Sunyoto. "*Op.Cit*". Hlm.116

¹⁷ Imam Ghazali. "*Op.Cit*". Hlm. 105-106

berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Sebagai dasar acuannya maka dapat disimpulkan:

- Jika nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- Jika nilai tolerance $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

d. Uji Heterokedastisitas

Menurut Hasan dikutip oleh Sunyoto, Heterokedastisitas berarti variasi (varians) variabel tidak sama untuk semua pengamatan.¹⁸ Jika varians dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homokedastisitas*. Dan jika varians berbeda maka disebut *heterokedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dan nilai residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dengan melihat ada tidaknya pola titik pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan

¹⁸ Danang Sunyoto. "Op.Cit". Hlm.117

ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual yang telah di-*standardized*.¹⁹

Dasar analisisnya sebagai berikut:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Menurut Ghazali salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji glejser. Uji Glejser dilakukan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel bebasnya dengan persamaan regresi sebagai berikut:²⁰

$$e_i = a + \beta X_i + v_i$$

Dasar pengambilan keputusannya adalah bahwa jika variabel bebas signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

¹⁹ Imam Ghazali. "*Op.Cit*". Hlm. 123

²⁰ Imam Ghazali. "*Op.Cit*". Hlm. 142

2. Uji Hipotesis

a. Uji F (Pengujian Secara Serempak)

Pada dasarnya uji F menunjukkan apakah apakah Harga dan Kualitas Produk yang dimasukkan ke dalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Kriteria untuk pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika menggunakan angka probabilitas signifikansi:

Jika signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

- 2) Membandingkan nilai F hitung dengan F tabel:

Jika $F_{\text{tabel}} > F_{\text{dihitung}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $F_{\text{tabel}} < F_{\text{dihitung}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji T (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel independen (harga dan kualitas produk) secara parsial terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).²¹

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

²¹ *Ibid.*

- 1) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

c. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Menurut Gujarati, *R-Square* atau disebut juga koefisien determinasi merupakan salah satu ukuran yang sederhana dan sering digunakan untuk menguji kualitas suatu persamaan garis regresi.²² Sifat dari *R-Square* adalah R^2 merupakan besaran yang non-negatif dan batasnya adalah $0 \leq R^2 \leq 1$

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Danang Sunyoto, Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (harga dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian)²³.

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X1 = Harga

X2 = Kualitas Produk

²² Damodar Gujarati. *Basic Econometrics (Ekonometrika Dasar)*. Alih bahasa Sumarno Zain. Jakarta: Erlangga. 2004. Hlm. 81

²³ Danang Sunyoto. "*Op. Cit*". Hlm.118

- b 1 = Koefisien regresi variabel Harga
- b 2 = Koefisien regresi variabel Kualitas Produk
- e = Tingkat eror atau kesalahan