

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan dan menghasilkan penemuan-penemuan yang dicapai (diperoleh) karena metode ini sudah cukup lama digunakan dan metode ini ditemukan dan mengembangkan berbagai iptek baru. Dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lainnya dari kuantifikasi (pengukuran) (Sujarweni, 2018)

Penelitian kuantitatif yang digunakan oleh penulis agar mengetahui jawaban yang sebenarnya melalui perhitungan tertentu untuk mengetahui citra merk dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo di Counter M To M Cell Desa Margo Mulyo Tulang Bawang Barat. Jenis penelitian skripsi ini adalah untuk melihat pengaruh citra merk (X1), Harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Vivo di Counter M To M Cell Desa Margo Mulyo Tulang Bawang Barat.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian dilakukan. Penelitian ini dilakukan di Counter M To M Cell Desa Margo Mulyo Tulang Bawang Barat.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan seberapa lama penulis akan melakukan penelitian yang akan diteliti. Waktu penelitian dilakukan selama 4 bulan mulai presurvey April 2023 sampai Juli 2023.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sujarweni (2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari keseluruhan jumlah yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu atas objek atau subjek yang dapat ditetapkan oleh penelitian untuk peneliti dan kemudian ditarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah konsumen yang membeli atau menggunakan *smartphone* Vivo dengan usia berusia 18-40 tahun. Pada usia tersebut maka konsumen akan dianggap produktif dalam pengambilan keputusan dalam pembelian suatu produk di Counter M To M Cell Desa Margo Mulyo Tulang Bawang Barat. Maka dari itu jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui.

2. Sampel

Menurut Sujarweni (2018) sampel adalah salah satu dari sejumlah populasi yang karakteristiknya digunakan untuk penelitian. Pengambilan sampel penelitian dikarenakan peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana, maupun jumlah populasi. Pada penelitian ini

menggunakan teknik purposive sampling, dimana purposive sampling merupakan cara penentuan sampel dengan tujuan yang diinginkan peneliti.

Menurut Arpan, (2023) sampel merupakan bagian dari populasi artinya bisa setengah, sepertiga, sebagian kecil atau bahkan bisa seluruhnya jika polulasinya tidak terlalu banyak.

Penentuan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Lemesshow karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Maka rumus Lemesshow sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = *Maksimal estimasi* = 0,5

d = Alpha (0,10) atau *sampling error* 10%

Maka berdasarkan rumus di atas, dapat dihitung untuk mendapatkan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96^2) \times 0,5 (1 - 0,5)}{(0,10)^2}$$

$n = 96,04$

= 100

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas maka didapatkan sebanyak 96,04 responden supaya dalam penelitian ini menjadi mudah, sampel dibulatkan menjadi

100 responden. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden, untuk mendapatkan data responden peneliti datang ke Counter M To M Cell dengan membagikan kuesioner kepada orang yang sedang membeli produk dan berkunjung di Counter tersebut.

D. Variabel Penelitian

Menurut Anwar sanusi (2017) peneliti bekerja pada tataran teoritis dan tataran empiris. Dalam tataran teoritis, peneliti mengidentifikasi konstruk-konstruk serta hubungan-hubungannya dengan proporsi dan teori. Dalam tataran konstruk tidak dapat diamati karena belum ada nilainya. Pada tataan ini, penelitian sudah dapat dilakukan karena variabel sudah mengandung nilai.

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel *independent* (bebas) atau variabel (X) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi perubahan variasi *dependent* (terkait). Maka dalam penelitian in yang menjadi variabel bebas adalah citra merek (X1) dan harga (X2).

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel *dependent* (terikat) atau variabel (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel dari penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

E. Sumber Data dan Jenis Data

1. Sumber Data

a. Data primer

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan penulis adalah data primer yang merupakan jawaban responden yang diperoleh menggunakan penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik yang pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Menurut Sujarweni (2018) pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui dengan pasti mana variabel yang akan diukur dan yang bisa diharapkan dari responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu data dari buku transaksi yang ada pada Counter M To M Cell. Menurut Sujarweni (2018) data sekunder merupakan data yang didapatkan dan didapatkan dari buku-buku dan laporan atau file yang diperoleh untuk penelitian dalam mengumpulkan data

F. Definisi Oprasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara rill, secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti. Variabel penelitian dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas dan terikat, variabel bebasnya adalah Citra Merek (X1) dan Harga (X2). Variabel

terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat variabel Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3.1
Definisi Oprasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator
Citra Merk (X1)	Mengatakan bahwa Citra merk adalah kesadaran global merk dan terbentuk dari informasi masa lalu tentang merk, citra merk terkait dengan sikap dalam hal keyakinan dan preferensi ke sebuah merk.	Atribut Manfaat Nilai Budaya Kepribadian Pemakaian (Kotler, Philip., Keller, 2013)
Harga (X2)	Harga adalah jumlah nilai tukar konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa lain ditetapkan oleh pembeli atau penjual untuk suatu harga yang sama untuk semua pembeli.	Keterjangkauan harga Kesesuaian harga dengan kualitas Kesesuaian harga dengan manfaat Harga sesuai kemampuan atau daya asing harga (Dharma Tilaar 2019)
Keputusan Pembelian (Y1)	Keputusan Pembelian adalah bagian dari komponen perilaku dari sikap konsumen dalam melakukam pembelian.	Pengenalan Masalah Pencarian Informasi Evaluasi Alternatif Keputusan Pembelian Perilaku Pasca Pembelian (Kotler dan Keller 2009)

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses atau metode untuk teknik pengumpulan data dimana peneliti menerapkan metode ilmiah dalam

mengumpulkan informasi dan data secara sistematis dengan mendapatkan data yang valid, melalui observasi dengan memberikan angket (kuesioner).

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode yang dilakukan dengan teknik mengumpulkan data, dimana peneliti akan melakukan penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner (angket) yang berisi pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan teknik penyebaran koesioner.

Menurut Sujarweni (2018) koesioner atau angket merupakan teknik dalam pengumpulan data dilakukan dengan memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden dan akan diukur dengan harapan dari para responden.

Tabel 3.2
Model Skala *Likert*

No	<i>Instrument</i>	Code	Skor
1.	Sangat Setuju	(SS)	5
2.	Setuju	(S)	4
3.	Cukup setuju	(CS)	3
4.	Tidak setuju	(TS)	2
5.	Sangat tidak setuju	(STS)	1

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Persyaratan Instrumen (Angket)

a. Uji Validitas

Menurut Sanusi (2017) suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas ditentukan dengan

mengkorelasikan antar skor yang diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan dari skor total. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi yang *corrected item*, metode korelasi yang digunakan adalah *person moment* titik uji validasi ini digunakan untuk menunjukkan bahwa variabel yang diukur yaitu pengaruh citra merk (X1) harga (X2) dan keputusan pembelian (Y) memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti.

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien validitas item yang dicari

N = banyaknya responden

$\sum X$ = total jumlah variabel X

$\sum Y$ = total jumlah variabel Y

$\sum X^2$ = Kuadrat total jumlah variabel X

$\sum Y^2$ = Kuadrat total jumlah variabel Y

$\sum XY$ = Kuadrat total jumlah variabel X dan Y (df) = n2

Kriteria pengambilan keputusan :

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikansi 0,05 maka data dikatakan valid.
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel dengan taraf signifikansi 0,05 maka data dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Anwar Sanusi (2017) reliabilitas adalah suatu instrumen cukup dapat

dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Uji Realibilitas dalam penelitian ini menggunakan pengelolaan yang dibantu oleh SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 26*) dengan membandingkan antara Alpha dengan interprestasi nilai r. Uji realibilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach yaitu:

Dimana :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum a_b^2}{\sum a_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_l = Reliabilitas Instrumen

\sum = Jumlah varian skor tiap item

K = Banyaknya soal

σ^2 = Varians total

Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks

Koefisien r	Reabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang/Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Untuk mengambil sebuah keputusan yang menentukan reliabel atau tidak reliabel yaitu apabila $r > 0,60$ maka item dikatakan reliabel, sebaliknya bila $r < 0,60$ maka item dikatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik (Persyaratan Analisis Data)

a. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2018) mensyaratkan bahwa setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal, untuk itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan maka kenormalan data harus diuji terlebih dahulu. Untuk mengetahui apakah data normal atau tidak pada SPSS 26. Dilakukan uji normalitas jika hasil pengujian data distribusi normal dapat diartikan data yang diambil serta diolah dengan acak dari populasi normal. Uji normalitas sampel dalam penelitian adalah menggunakan uji *Probability Plot*.

Dengan kriteria pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- 1) Adanya data-data yang menyebar dan mengikuti garis diagonal, maka disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal.
- 2) Jika adanya data yang menyebar namun menjauh dari arah garis diagonal dan tidak mengikuti garis, maka disimpulkan bahwa data berdistribusi tidak normal
- 3) Pada pengujian normalitas sampel dilakukan dengan menggunakan SPSS.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikuti sertakan dalam pembentuk model regresi linier.

Berikut prosedur pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini :

Kriteria Pengambilan Keputusan:

Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikorelasi

Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikorelasi

Atau

Jika nilai tolerance $< 0,1$ maka ada gejala multikorelasi

Jika nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikorelasi.

3. Metode Analisis Data

a. Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu Citra Merk (X1), Harga (X2), dan Keputusan Pembelian (Y1) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 26.

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

e = Standard Error

α = Konstanta

X1 = Citra Merk (X1)

$X_2 = \text{Harga (X}_2)$

$\beta_1 = \text{Koefisien regresi variabel Citra Merk}$

$\beta_2 = \text{Koefisien regresi variabel Harga}$

4. Penguji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan pengujian berupa uji t dan uji F yang dimana uji t dan uji f sebagai berikut :

a Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji signifikan masing masing variabel bebas secara parsial atau untuk mengetahui variabel bebas mana yang lebih berpengaruh diantara kedua variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Rumusan Hipotesis:

1) Pengaruh Citra Merk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Vivo* di Counter M To M Cell.

H_a : Terdapat pengaruh antara Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Vivo* di Counter M To M Cell.

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (Sig) dengan nilai α

(0,05) dengan perbandingan sebagai berikut :

- a. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak.
- b. Jika nilai sig > 0,05 maka Ha diterima

2) Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara Harga Keputusan Pembelian *Smartphone Vivo* di Counter M To M Cell.

Ho : Terdapat pengaruh antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Vivo* di Counter M To M Cell.

Kriteria Pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (Sig) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
- b. Jika nilai sig > 0,05 maka Ha diterima

a. Uji F (Simultan)

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X1, X2) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y). Pengelolaan data menggunakan SPSS (*Statistical Program and Service Seri 26*).

Rumusan Hipotesis:

Ho : Citra Merk (X1) dan Harga (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) *Smartphone Vivo* di Counter M To M Cell.

Ha : Citra Merk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) *Smartphone Vivo* di Counter M To M Cell.

Kriteria Pengujian:

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.