

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan pendekatan penelitian

Dalam penelitian ini penelitian yang digunakan adalah jenis korelasi. Penelitian korelasi yaitu untuk mengungkapkan sebuah hubungan antar variabel. Hubungan tersebut yaitu hubungan fungsional yang berdasarkan pada teori dan logika yang di terima, sehingga korelasi bukan hanya hubungan data yang tidak memiliki makna. Korelasi cenderung mengacu pada variasi suatu variable tertentu, maka akan diikuti variasi variable lain.<sup>1</sup> Dalam penelitian tersebut yang diteliti ialah pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.<sup>2</sup> Dengan penelitian kuantitatif menggunakan metode perhitungan statistik untuk memudahkan dalam menghitung data-data dari pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

### B. Sumber data

#### 1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau obyek yang diteliti atau ada hubungannya dengan obyek yang diteliti. Data tersebut bisa diperoleh langsung dari responden yang diteliti dan dapat pula berasal dari lapangan. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil penyebaran kuisioner pada sampel yang telah ditentukan.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah dahulu dikumpulkan dan diberikan oleh orang atau instansi di luar

---

<sup>1</sup> Winarno, *Metodologi penelitian dalam pendidikan jasmani*, 1 st ed. (Semarang: UM Press 2011), Hal. 57-58.

<sup>2</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, hal. 13.

dari peneliti sendiri, walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya adalah data asli. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari majalah, surat kabar, dan internet.

## C. Populasi dan sampel

### 1. Populasi

Populasi diartikan sebagai suatu tempat kejadian yang berupa objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji.<sup>3</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan yang ingin membeli handphone merek Samsung di wilayah karesidenan Pati. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti dikarenakan luasnya wilayah di karesidenan pati.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.<sup>4</sup> Penelitian ini menggunakan *Random Sampling*, ialah Teknik pengambilan sampel dari beberapa anggota dari populasi dengan cara radom atau acak tanpa memperhatikan persamaan-persamaan yang ada dalam populasi tersebut.<sup>5</sup> Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tak terhingga dengan begitu untuk menetapkan ukuran sampel yang akan diambil dalam penelitian ini berdasarkan rumus Widiyanto sebagai berikut:<sup>6</sup>

$$n = \left[ \frac{\left(\frac{Z_{\alpha}}{2}\right)\sigma}{e} \right]^2$$

Keterangan :

$n$  : Ukuran sampel

$\sigma$  : Standar deviasi 25%

$e$  : Sampling error =5%

$Z_{\alpha/2}$  : Tingkat kepercayaan 95% = 1,96

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 215

<sup>4</sup> Sugiono, *Metode penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta,2013), hal.118.

<sup>5</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, hal.120

<sup>6</sup> Dermawan Wibisono, *Riset Bisnis (panduan bagi praktisi dan Akademisi)*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), hal 58.

Berdasarkan besarnya populasi diatas, maka besarnya sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \left[ \frac{\left( \frac{Z_{\alpha}}{2} \right) \cdot \sigma}{e} \right]^2$$

$$n = \left[ \frac{1,96 \cdot 0,25}{0,05} \right]^2$$

$$n = \frac{0,2401}{0,0025} = 96,4$$

Berdasarkan rumus di atas maka n yang dihasilkan yaitu 96,04 dibulatkan menjadi 97. Jadi jumlah responden menjadi 97orang, setidaknya akan menjadi responden oleh peneliti dan peneliti diharuskan mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya berjumlah 97 orang.

#### D. Variabel penelitian

Variabel penelitian yaitu sebagai suatu sifat, kegiatan atau objek atau kegiatan yang mempunyai perubahan untuk dipelajari sehingga mendapatkan kesimpulan dalam penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian variabel harus jelas sehingga dapat mempengaruhi pengaruh ada tidaknya hubungan antara dua variabel atau lebih sehingga penelitian tersebut dapat dianalisis.

Variabel dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel bebas (X) merupakan variabel yang memiliki pengaruh atau menjadi sebab adanya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang dijadikan variabel bebas ialah citra merek (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3).
2. Variabel terikat (Y) yaitu variabel yang dapat dipengaruhi atau menjadi sebuah akibat, karena disebabkan oleh variabel bebas (X).<sup>7</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini merupakan Keputusan Pembelian (Y).

#### E. Operasional variabel

Berdasarkan variabel yang berhubungan dengan Citra merek, harga, dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Berikut tabel definisi operasional variabel :

---

<sup>7</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D)*, Alfabeta, Bandung, 2010. Hal. 59.

**Tabel 3. 1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Citra Merek (X1)	Citra merek adalah seluruh pemahaman terhadap merek dan dibuat dari pengetahuan dan pengalaman yang lebih dulu terhadap suatu merek <sup>8</sup>	<p>a. Citra korporant, citra yang ada dalam perusahaan itu sendiri. Perusahaan sebagai organisasi berusaha membangun <i>image</i>-nya dengan tujuan tak lain ingin agar nama perusahaan ini bagus.</p> <p>b. Citra produk /konsumen, citra konsumen terhadap suatu produk yang dapat berdampak positif maupun negatif yang berkaitan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen.</p> <p>c. Citra Pemakai, dapat dibentuk langsung dari pengalaman dan kontak dengan penggunaan merek tersebut.</p>	<i>Likert</i>

<sup>8</sup> Fitrika Manurung dan Meizy, "Pengaruh pengembangan Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Sudirman Pekanbaru", *JOM FISIP* Vol.3 No.2, Universitas Riau (2016):4.

Harga (X2)	Harga ialah jumlah nilai yang akan dikeluarkan oleh seorang pembeli atau konsumennya. <sup>9</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Keterjangkauan harga.</li> <li>b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.</li> <li>c. Daya saing harga.</li> </ul>	<i>Likert</i>
Kualitas Produk (X3)	Kualitas Produk/ ialah seberapa produk memenuhi standar dari spesifikasinya. <sup>10</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Bentuk</li> <li>b. Keistimewaan</li> <li>c. Keandalan</li> <li>d. Mutu kinerja</li> <li>e. Daya tahan</li> <li>f. Pelayanan</li> <li>g. Keindahan</li> </ul>	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Suatu proses yang dilalui oleh pembeli dalam mengidentifikasi berbagai pilihan alternatif yang kemudian untuk dipilih salah satunya. <sup>11</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menyadari kebutuhan.</li> <li>b. Mencari informasi tentang produk.</li> <li>c. Memiliki beberapa alternatif sebelum memberikan pilihan.</li> <li>d. Keputusan konsumen untuk</li> </ul>	<i>Likert</i>

<sup>9</sup> Rismatul Karomah, Rois Arifin dan Hufron, “Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan sebagai variable Intervening (Studi Kasus Konsumen Rumah Makan Super Geprek Dinoyo Malang)”, *Jurnal Riset Manajemen*, UNISMA (2014):29.

<sup>10</sup> Cindy Phasalita Widayatma dan Sri Puji Lestari, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Rifa Kuliner Kendal)”, *Jurnal ilmiah*, Vol.7 No.3 ISSN : 2302-2752, Universitas Tujuh Belas Agustus Semarang (2018): 29.

<sup>11</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai : Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hal. 327.

		e. Konsumen terpuaskan atau tidak.	
--	--	------------------------------------	--

## F. Teknik pengumpulan data

Angket atau kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini. Kuesioner ialah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner berupa pertanyaan atau pernyataan terbuka ataupun tertutup yang diberikan secara langsung maupun dikirim melalui internet kepada responden.<sup>12</sup> Skala pengukuran adalah penentuan angka yang mewakili atribut dari subjek dalam populasi atau sampel. Sebelum menyusun instrumen, peneliti harus mengetahui terlebih dahulu jenis skala pengukurannya.<sup>13</sup> Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan *skala likert*, ialah untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi subyek. Ada lima poin dalam skala dengan *interval* yang sama. Dengan menggunakan *skala likert*, penjabaran variabel akan diukur menjadi indikator variabel. Dari indikator tersebut akan dijadikan titik tolak untuk menyusun item instrumen berupa pertanyaan yang Diajukan.

Jawaban setiap item pertanyaan dengan pengukuran *skala likert* memiliki tingkatan-tingkatan dari sangat positif sampai negatif, nilai 1 sampai 5 yang digunakan dalam pengukuran *skala likert* sebagai berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju (1)
- b. Tidak Setuju (2)
- c. Netral (3)
- d. Setuju (4)
- e. Sangat Setuju (5)

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode penelitian bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. hal. 142.

<sup>13</sup> Winarno, *Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Olahraga* (Malang: UM Press, 2011). 46

## G. Uji validitas dan reliabilitas instrumen

### 1. Uji validitas

Validitas merupakan ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukur. Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur dari pengukuran tersebut. Dikatakan valid jika hasil uji validitasnya nyata atau benar. Alat ukur yang tidak valid yaitu yang memberikan data ukuran menyimpang dari tujuan, penyimpangan pengukuran disebut kesalahan (*error*).<sup>14</sup>

### 2. Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah salah satu ciri atau karakter instrumen pengukuran yang baik. Konsep yang digunakan yaitu tentang kekeliruan pengukuran. Kekeliruan pengukuran sendiri menunjukkan sejauh mana inkonsistensi hasil pengukuran terjadi apabila dilakukan pengukuran ulang terhadap kelompok subyek yang sama. Sama dalam penelitian kuantitatif diartikan sebagai uji yang menunjukkan bahwa nilai pengujiannya adalah dalam batas rong yang telah ditetapkan sebelumnya. Untuk melakukan uji reliabilitas salah satunya dapat menggunakan Cronbath Alpha. Misalnya menetapkan batas reliabilitasnya 0,60 maka jika menghasilkan nilai sama maupun diatas nilai tersebut dapat disebut reliable.<sup>15</sup>

## H. Uji asumsi klasik

### 1. Uji normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan dan difungsikan untuk melihat apakah data tersebut berdistribusi secara normal atau Sebaliknya dalam model regresi linier. Dalam uji normalitas pengujian menggunakan uji statistik parametric yaitu hasil dari *one sampel Kolmogorov smirnov* dan untuk mengetahui data tersebut normal atau tidak. Caranya dengan melihat hasil Asymp. Sig > 0.05 maka data

---

<sup>14</sup> Tarjo, *Metode Penelitian Sistem 3X Baca* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019). Hal. 60

<sup>15</sup> Tarjo, *Metode Penelitian Sistem 3X Baca* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019). Hal. 72

tersebut dikatakan normal, apabila hasil Asymp. Sig < 0,05 maka data tersebut dikatakan tidak berdistribusi normal.<sup>16</sup>

## 2. Uji multikolonieritas

Uji multikolonieritas merupakan hubungan linier antara variabel independen dalam model regresi yang sempurna dan mendekati sempurna. Model regresi yang baik diantara variabel bebas tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna. Konsekuensinya kesalahan sangat tinggi dan koefisien korelasi tidak tertentu. terdapat beberapa Metode uji multikolonieritas yaitu:

- a. Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ ).
- b. Dengan melihat nilai tolerance dan inflation faktor (VIF) pada model regresi.<sup>17</sup>

## 3. Uji heteroskedastisitas

Uji ini dapat melihat ketidaksamaan varians antara pengamatan satu sama pengamatan yang lain. Ada tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat pola titik-titik menyebar dengan pola tidak jelas diatas dan dibawah angka nol (0) pada sumbu Y, menyebarnya titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar atau menyempit lalu melebar lagi, penyebaran titik data yang baik yaitu tidak membentuk suatu pola. Apabila hal-hal tersebut tidak terjadi maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas.<sup>18</sup>

# I. Teknik analisis data

## 1. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu suatu Teknik yang digunakan dalam penelitian untuk menguji hubungan sebab akibat antara satu variabel bebas dengan terikatnya.

---

<sup>16</sup> Purwanto, *Analisis Korelasi Dan Regresi Linier Dengan Spss 21* (Purworejo: Staia Press, 2019). 34-35

<sup>17</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss* (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017). 166

<sup>18</sup> Imam Ghozali, *Analisis Multivariate Dengan Progam SPSS*, ed. Ed.Bp Undip (Semarang, 2008). 105

Rumus dari persamaan regresi berganda yaitu:<sup>19</sup>

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi untuk variabel  $X_1, X_2, X_3$

$X_1$  = Variabel Citra Merek

$X_2$  = Variabel Harga

$X_3$  = Variabel Kualitas Produk

e = Error

## 2. Analisis determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengukur kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variabel dependen (variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) berkisar antara 0-1. Nilai yang kecil menunjukkan kemampuan yang dimiliki variabel bebas dalam menjelaskan variable terikat sangat terbatas. Sebaliknya, nilai yang beasar menunjukkan variable bebas dapat memberikan keseluruhan informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel terikat.<sup>20</sup>

## 3. Uji koefisien regresi secara simultan

Uji ini menunjukkan apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh bersamaan terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  pada pada derajat kebebasan=  $n-2$  dan alfa sebesar 0,005 berarti terdapat hubungan simultan signifikan semua variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) terhadap variabel tak bebas (Y), Artinya hipotesis kerja (HK) diterima.

---

<sup>19</sup> Ali Hasan Zein, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), 140

<sup>20</sup> Ali Hasan Zein, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), 141

- b. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  berarti tidak terdapat hubungan simultan signifikan antara semua variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).<sup>21</sup>

#### 4. Uji koefisien regresi secara parsial ( Uji t )

Disebut juga sebagai uji Parsial. Uji ini digunakan untuk menguji signifikansi adanya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Langkah-langkahnya:

a. Hipotesis

$H_0$  :  $b_i = 0$  artinya, variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

$H_1$  :  $b_i \neq 0$  artinya, variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

b. Pengambilan keputusan

“Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$  (5%) maka  $H_0$  diterima.”

“Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$  (5%) maka  $H_0$  ditolak.”

c. Nilai t tabel ditentukan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 dengan df (n-k-1).<sup>22</sup>

n = jumlah data.

k = jumlah variabel independen.

---

<sup>21</sup> Seran Sirilius, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020). 188

<sup>22</sup> Zein, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. 141