# **BAB III**

# **METODE PENELITIAN**

1. **Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah kamera Canon, dengan subjeknya adalah konsumen yang pernah membeli kamera Canon di Jakarta Utara.

1. **Desain Penelitian**

Menurut Cooper dan Schindler (2017 : 148), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bisa ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu

1. **Berdasarkan tingkat perumusan masalah**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian formal, karena penelitian ini dimulai dengan identifikasi masalah dan dimana tujuan akhirnya adalah untuk menjawab identifikasi masalah tersebut.

1. **Berdasarkan metode pengumpulan data**

Penelitian ini dilakukan dengan cara *survey*, karena penelitian ini mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara-cara personal atau non-personal. Data yang dihasilkan dari data isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian.

1. **Berdasarkan pengendalian variabel-variabel**

Penelitian ini menggunakan desain *ex-post facto*, dimana penulis mampu memanipulasi variabel-variabel yang ada. Penulis dapat melaporkan apa yang terjadi atau tidak terjadi.

1. **Berdasarkan tujuan penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam studi deskriptif, karena penelitian ini dilakukan untuk memaparkan nilai preferensi merek.

1. **Berdasarkan dimensi waktu**

Penelitian ini menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*), yaitu studi yang dilaksanakan satu kali dan mecerminkan “potret” dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu.

1. **Berdasarkan ruang lingkup topik bahasan**

Penelitian ini menggunakan studi statistik karena penelitian ini diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik.

1. **Berdasarkan lingkungan penelitian**

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field studies*) karena subjek dan obyek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya.

1. **Berdasarkan persepsi subjek**

Dalam penelitian ini persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa ada penyimpangan dari rutinitas sehari-hari.

## **Variabel Penelitian**

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:77) mendefinisikan “Variabel adalah apa pun yang dapat membedakan atau mengubah nilai.” Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif atau negatif. Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Variabel *independent*  dalam penelitian ini adalah Kualitas produk dan Harga*.* Adapun variabel *dependent* adalah keputusan pembelian.

**Tabel 3.1**

**Dimensi dan Indikator dari Kualitas Produk**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | Dimensi | Indikator |
| Kualitas Produk  Kotler dan Keller (2016:393) | 1. *Form* (bentuk) | Produk dari kamera canon memiliki bentuk yang menarik.  Ukuran yang dimiliki kamera Canon bervariasi. |
| 1. *Features* (fitur) | Kamera Canon selalu menawarkan fitur yang baru.  Fitur yang ditawarkan kamera Canon sederhana dan mudah dipahami.  Warna yang dihasilkan kamera Canon natural atau *Soft.* |
| 1. *Conformance quality* (kesesuaian kualitas) | *Processing Frame Rate* dari kamera Canon sangat cepat.  Kamera Canon memiliki fokus yang cepat dalam membidik gambar. |
| 1. *Durability* (ketahanan) | Kamera Canon memiliki daya tahan baterai yang baik. |
| 1. *Repairability* (kemudahan perbaikan) | Kemudahan dalam memperbaiki kerusakan dikarenakan banyak tempat s*ervice* kamera Canon |
| 1. *Style* (gaya) | Kamera Canon mempunyai kesan penampilan yang *premium*. |

**Tabel 3.2**

**Dimensi dan Indikator dari Harga**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Dimensi** | **Indikator** |
| Harga | 1. Keterjangkauan harga | Harga kamera Canon terjangkau |
| 1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk | Harga yang ditawarkan kamera Canon sesuai dengan kualitas yang ditawarkan |
| 1. Kesesuaian harga dengan manfaat produk | Harga yang ditawarkan kamera Canon sesuai dengan manfaat yang diberikan |
| 1. Daya saing harga | Kamera Canon menawarkan harga yang bersaing |
| 1. Harga yang mempengaruhi daya beli konsumen | Saya akan tetap membeli kamera Canon walaupun pesaing menawarkan harga yang lebih murah |

**Sumber : Kotler dan Amstrong dalam jurnal Artika Romal Amrullah dan Sasi Agustin (2016)**

**Tabel 3.3**

**Dimensi dan Indikator dari Keputusan Pembelian**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Dimensi** | **Indikator** |
| Keputusan Pembelian | 1. produk yang dibeli adalah penting bagi konsumen | Saya memutuskan untuk membeli kamera Canon karena produk tersebut penting bagi saya. |

**Lanjutan Tabel 3.3**

**Dimensi dan Indikator dari Keputusan Pembelian**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Dimensi** | **Indikator** |
| Keputusan Pembelian | 1. produk tersebut menarik bagi konsumen | Saya memutuskan untuk membeli kamera Canon karena produk tersebut menarik |
| 1. pembelian mengandung resiko yang signifikan | Saya membeli kamera Canon karena produk tersebut memiliki resiko yang sedikit. |
| 1. produk tersebut memiliki beberapa bentuk daya tarik emosional | Saya membeli kamera Canon tersebut karena saya merasa bahagia apabila memiliki produk tersebut. |
| 1. produk dapat diidentifikasi dengan norma-norma kelompok | Saya membeli kamera Canon karena produk tersebut mencirikan saya dalam suatu kelompok tertentu. |

1. **Teknik Pengambilan Sampel**

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2015: 84), *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *judgement sampling*.

Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih satuan sampling atas dasar pertimbangan tertentu.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau memakai kamera Canon di Jakarta Utara. Dari populasi tersebut akan diambil sampel dengan *Judgement Sampling,* dengan menggunakan kriteria: konsumen yang pernah membeli atau memakai kamera Canon Selama 1 tahun terakhir. Adapun ukuran sampelnya sebesar 100 responden.

1. **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan melalui *Google Form* kepada responden dengan pertanyaan mengenai kualitas produk, Harga, dan keputusan pembelian. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup. Kuesioner disusun dengan menggunakan Skala Likert, yaitu dengan meminta persetujuan pada suatu pernyataan dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, CS = Cukup Setuju, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5.

1. **Teknik Analisis Data**
2. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2016: 52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Jadi ingin mengukur apakah pernyataan dalam kuisioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Dalam pengambilan keputusan uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil perhitungan r hitung Pearson Product Moment dengan r tabel sebesar 0,361. Pernyataan dikatakan valid apabila nilai *Corrected Total-Item Correlation* > 0,361. Apabila item pernyataan tidak valid maka item pernyataan yang tidak valid harus dibuang dan diperbaiki.

1. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2016: 47), suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach’s Alpha.* Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila nilai *Cronbach’s Alpha (α)* > 0,70, sedangkan apabila nilai *Cronbach’s Alpha (α)* < 0,70 maka dikatakan tidak Reliabel.

1. Analisis Deskriptif
2. **Rata-rata hitung (*mean*)**

Rata-rata hitung adalah penjumlahan nilai-nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Rumus rata-rata hitung adalah:

Keterangan :

= Rata-rata hitung

Xi = Nilai Variabel

n = Ukuran Sampel

1. **Rentang Skala**

Rumus yang digunakan adalah:

m – p

*Range =*

*Range =*

b

Keterangan:

m = nilai tertinggi

p = nilai terendah

b = jumlah kelas/ banyaknya kategori

**Tabel 3.4**

**Rentang Skala**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Rentang skala | Kualitas Produk | Persepsi Harga | Keputusan  Pembelian |
| 1.00 - 1.80 | Sangat Tidak Baik | Sangat Tidak Sesuai | Sangat Rendah |
| 1.81 – 2.60 | Tidak baik | Tidak Sesuai | Rendah |
| 2.61 – 3.40 | Cukup Baik | Cukup Sesuai | Cukup Tinggi |
| 3.41 – 4.20 | Baik | Sesuai | Tinggi |
| 4.20 – 5.00 | Sangat Baik | Sangat Sesuai | Sangat Tinggi |

1. **Analisis Regresi Berganda**
2. Model Persamaan Regresi

Model persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

= 0 + 1X1 + 2X2+

Dimana *y* = Keputusan Pembelian

0= Konstanta

X1 = Kualitas Produk

X2 = Persepsi Harga

= Error

1 dan 2 = Koefisien Regresi

Persamaan regresi tersebut diatas di estimasi dengan persamaan regresi estimasi.

= 0 + 1X1 + 2X2

Selanjutnya akan diuji asumsi klasik.

1. Uji Asumsi Klasik
   * + 1. **Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2016: 154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji statistik dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non parametrik Kolmogorov – Smirnov (K-S). Uji K-S dengan α = 0,05 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika Sig. ≥ 0,05 maka data berdistribusi normal.
2. Jika Sig. ≤ 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Model yang paling baik adalah distribusi data normal/mendekati normal.

* + - 1. **Uji Multikolinearitas**

Menurut Imam Ghozali (2016: 103), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

* 1. Jika VIF < 10 dan TOL > 0.1 maka tidak terjadi multikolinearitas.
  2. Jika VIF > 10 dan TOL < 0.1 maka terjadi multikolinearitas.
     + 1. **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan Uji Glejzer. Uji Glejzer dilakukan untuk mengetahui pola residul mengandung heteroskedastisitas atau tidak. Tingkat signifikansi yang dipakai adalah 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika Sig ≤ 0.05 maka terdapat heteroskedastisitas.
2. Jika Sig≥ 0.05 maka tidak terdapat heteroskedastisitas.
   * + 1. **Uji Otokorelasi**

Uji otokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat hubungan yang kuat, baik positif maupun negatif, antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Keadaan yang diharapkan adalah tidak terjadinya autokorelasi. Uji otokorelasi yang digunakan adalah uji Durbin Watson dengan ketentuan sebagai berikut:

**Tabel 3.5**

**Keputusan Dalam Uji Otokorelasi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Hipotesis Nol | Keputusan | Jika |
| Tidak ada otokorelasi positif | Tolak | 0 < d < dl |
| Tidak ada otokorelasi positif | Tidak ada keputusan | dl ≤ d ≤ du |
| Tidak ada korelasi negatif | Tolak | 4 – dl < d < 4 |
| Tidak ada korelasi negatif | Tidak ada keputusan | 4 – du ≤ d ≤ 4 - dl |
| Tidak ada otokorelasi, positif atau negatif | Tidak ditolak | du < d < 4 - du |

Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik, maka akan dilanjutkan dengan pengujian model (Uji F) .

1. **Uji Keberartian Model (Uji F)**

Pada uji f dapat dilihat signifikasi model regresi, apakah model regresi penelitian tersebut layak atau tidak untuk digunakan. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

Ho: β1 =β2= 0

Ha: Tidak Semua βi ≠ 0

Keterangan:

*i* = 1,2

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig < 0,05 atau F hitung > F table maka tolak Ho, yang berarti regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y.
2. Jika nilai Sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak tolak Ho, yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y.

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti, yaitu 0,01 (1%) ; 0,05 (5%) dan 0,10 (10%). Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Sebagai contoh, kita menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05), jika nilai probabilitas < 0,05, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun, jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Bila hasil pengujian dari Uji F menyatakan Tolak H0, maka dilanjutkan ke pengujian berikutnya yaitu pengujian hipotesi penelitian (Uji t).

1. **Uji Signifikan Koefisien (Uji t)**

Ho: βi= 0

Ha: βi> 0

*i* = 1,2

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*).  Jika probabilitas nilai t atau signifikansi < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.