



BAB III

METODE PENELITIAN

© Hak Cipta milik Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah *smartphone* Samsung. Sedangkan subjek penelitian yang diambil adalah konsumen pengguna *smartphone* Samsung di Jakarta.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Cooper dan Schindler (2017:146) adalah suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Terdapat 8 (delapan) klasifikasi desain penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian

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

2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan studi komunikasi (*communication study*) dimana peneliti menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* yang berisi sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respon mereka.

3. Kontrol Peneliti Terhadap Variabel

Berdasarkan kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel, penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* (*ex post facto design*) dimana peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam arti tidak mampu memanipulasi



variabel. Peneliti hanya mampu melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

4. Tujuan Studi

Berdasarkan tujuan studi, penelitian ini termasuk dalam penelitian kausal-eksplanatori (*causal-explanatory*), karena penelitian ini berfokus pada bagaimana satu variabel menyebabkan perubahan pada variabel lainnya. Dalam penelitian kausal-eksplanatori (*causal-explanatory*), peneliti ingin menjelaskan mengenai sebab-akibat untuk menunjukkan pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Samsung.

5. Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional* (*cross-sectional study*). *Cross-sectional study* berusaha mempelajari dinamika hubungan atau korelasi antara faktor – faktor risiko dengan dampak atau efeknya. Studi ini dilaksanakan satu kali dan mencerminkan potret dari suatu keadaan pada saat tertentu.

6. Cakupan Topik

Berdasarkan cakupan topik, penelitian ini menggunakan studi statistik (*statistical study*). Studi statistik didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam. Studi ini bertujuan untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel dan hipotesis akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Berdasarkan lingkungan penelitian, penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (*field condition*) karena penelitian ini dilakukan pada kondisi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



lapangan yang sesungguhnya dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Persepsi responden pada saat mengisi kuesioner dapat mempengaruhi hasil penelitian ini secara tidak langsung. Dalam penelitian ini, persepsi responden yang diusahakan adalah persepsi yang nyata dan tidak ada penyimpangan dalam rutinitas kesehariannya

9. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Pengertian variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019: 68). Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y), sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah citra merek (X₁) dan persepsi harga (X₂).

Berikut ini adalah definisi dan pengukuran yang digunakan dari masing-masing variabel tersebut.:

a. Citra Merek (X₁)

Citra merek menurut Firmansyah (2019:60) dapat didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu. Pengukuran variabel kepercayaan merek yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui dua dimensi beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.1.



Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Citra Merek

Variable	Indikator	Pernyataan	Skala
Citra Merek	Corporate Image (Citra Perusahaan)	<i>Smartphone</i> Samsung merupakan <i>Smartphone</i> yang sudah dikenal secara internasional.	Interval
	User Image (Citra Pemakai)	<i>Smartphone</i> Samsung selalu memberi citra positif yang baik bagi konsumen.	Interval
	Product Image (Citra Produk)	Samsung memberikan fitur yang menarik atas setiap produk <i>smartphone</i> dan kualitas produk yang baik.	Interval

Sumber: Firmansyah (2019:81)

b. Persepsi Harga (X2)

Menurut Immanuel dan Mustikarini (2018), persepsi harga merupakan sebuah konsep dan pemahaman yang dimiliki konsumen ketika melihat harga dari produk tertentu.

Menurut Budiastari (2018), persepsi harga merupakan satuan uang yang mengandung faedah spesifik yang dibutuhkan guna mendapatkan barang tertentu. Pengukuran variabel harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui empat indikator beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.2.

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Persepsi Harga

Variable	Indikator	Pernyataan	Skala
Persepsi Harga	Keterjangkauan harga Konsumen	Harga <i>Smartphone</i> Samsung terjangkau untuk semua kalangan.	Interval
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	Harga yang ditawarkan <i>smartphone</i> Samsung sesuai dengan kualitas produknya.	Interval
	Kesesuaian Harga dengan manfaat.	Harga yang ditawarkan <i>smartphone</i> Samsung sesuai dengan manfaat yang dirasakan.	Interval
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.	Harga yang ditawarkan <i>smartphone</i> Samsung bersaing dengan merek <i>smartphone</i>	Interval



		lainnya.	
--	--	----------	--

Sumber: Jurnal Darmansyah dan Yoseipha (2020)

c. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Indrasari (2019:70), Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Pengukuran variabel keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui lima dimensi beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.3

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Pilihan Produk	Keunggulan produk	Saya memilih <i>smartphone</i> dari brand Samsung karena mempunyai kualitas yang lebih unggul dibanding merek lainnya.	Interval
	Pemilihan produk	Saya memilih produk <i>smartphone</i> Samsung karena sesuai dengan kualitas yang saya inginkan.	
Pilihan Merek	Ketertarikan pada merek	Saya memilih produk <i>smartphone</i> Samsung karena sudah dikenal luas mempunyai citra merek yang baik	Interval
	Kebiasaan pada merek	Saya selalu memilih <i>smartphone</i> Samsung karena sudah terbiasa memanfaatkannya selama beberapa tahun	
	Kesesuaian harga	Saya memilih produk <i>smartphone</i> Samsung karena harga yang diberikan sesuai dengan kualitasnya.	
Pilihan Penyalur	Kemudahan untuk Mendapatkan	Saya memilih produk <i>smartphone</i> Samsung karena mudah memperolehnya, <i>outletnya</i> terdapat dimana-dimana.	Interval
	Persediaan barang	Saya memilih produk <i>smartphone</i> Samsung karena kesediaan produknya selalu ada.	



Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
© Hak cipta milik IBI KKG Waktu Pembelian	Kesesuaian dengan keperluan	Saya memilih produk <i>smartphone</i> Samsung yang baru untuk menggantikan <i>smartphone</i> saya yang sudah lama.	Interval
	Keuntungan yang dirasakan	Fitur pada <i>smartphone</i> Samsung dengan seri terbaru memudahkan saya untuk beraktivitas dibanding dengan <i>smartphone</i> lama saya.	
Jumlah Pembelian	Keputusan jumlah pembelian	Saya melakukan pembelian terhadap <i>smartphone</i> Samsung sebanyak dua buah untuk keperluan beraktivitas saya dalam bekerja dan pribadi.	Interval

Sumber: Indrasari (2019:74)

D. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan metode *Non probability sampling* yaitu dengan menggunakan teknik *Judgementail Saimpling.. Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019:131). Responden yang dipilih untuk penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Samsung di DKI Jakarta yaitu sebanyak 100 responden. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan pertanyaan-pertanyaan mengenai pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala *likert* yaitu dengan meminta persetujuan pada suatu pertanyaan dengan kriteria STS artinya Sangat Tidak Setuju, TS artinya Tidak Setuju, N artinya Netral, S artinya Setuju, SS artinya Sangat Setuju. Setelah itu dari setiap tingkat jawaban diberi skor mulai dari skor 1 sampai skor 5. Skala *likert* dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai variabel dalam penelitian, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan untuk menyusun pernyataan atau pertanyaan.



E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada responden dan mengisi secara *online*.

Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yang artinya pertanyaan telah disusun sebelumnya dengan memberikan pilihan jawaban yang sudah disiapkan oleh peneliti. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert dengan lima tingkatan, yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah citra merek dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung. Setelah memperoleh data melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden, data tersebut akan diolah dan dianalisis agar dapat memberikan hasil dari penelitian tersebut. Dalam penelitian ini alat bantu software yang digunakan untuk menganalisis data adalah IBM SPSS *Statistic* 20.

Teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



hitung dan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n merupakan

jumlah sampel. Apabila r hitung lebih besar dari pada r tabel dan memiliki nilai positif, maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2018:46). Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban

seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Secara umum, reliabilitas yang kurang dari 0,60 dianggap buruk, sedangkan jika reliabilitas dalam kisaran 0,70 maka dapat diterima dan reliabilitas yang melebihi 0,80 adalah baik (Sekaran dan Bougie, 2017: 115).

3. Analisis Deskriptif

a. Analisis Presentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_i = frekuensi relatif ke- i setiap kategori

$\sum f_i$ = jumlah responden yang termasuk kategori- i

n = total responden

b. Rata-rata Hitung (Mean)



Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data

suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. *Mean* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan :

$\bar{x}$ = Rata-rata hitung

n = Jumlah responden

x_i = Data

4. Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk melihat seberapa kuat subjek menyetujui suatu pernyataan pada skala lima titik. Responden diminta untuk setuju atau tidak setuju dengan setiap pernyataan yang ada dan setiap respon diberikan skor numerik untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut dapat dijumlahkan untuk mengukur sikap responden secara keseluruhan (Cooper dan Schindler, 2017:327).

Berikut ini adalah table skala Likert yang digunakan:

Tabel 3.4

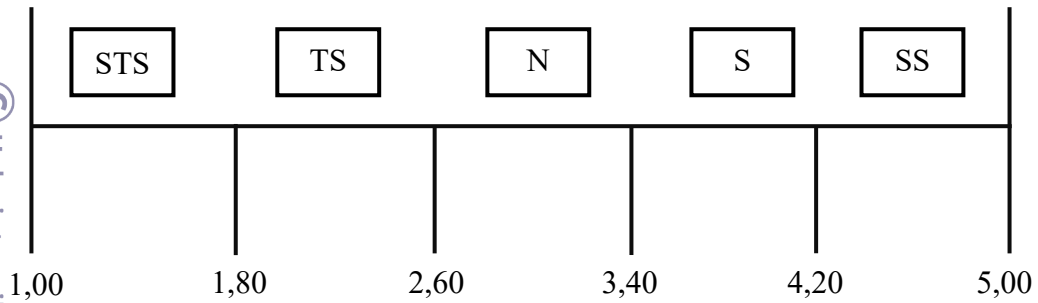
Skala Likert

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

Gambar 3.1

Rentang Skala Likert

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju.

1,80 – 2,60 = Tidak Setuju.

2,60 – 3,40 = Netral.

3,40 – 4,20 = Setuju.

4,20 – 5,00 = Sangat Setuju.

5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model yang digunakan dalam penelitian sudah tepat. Pengujian asumsi klasik terdiri dari normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas.

Berikut ini adalah uji asumsi klasik:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016: 158). Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan hasil uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Adapun kriteria yang digunakan untuk menentukan distribusi dari data residual sebagai berikut:

(1) Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* > α (0,05) artinya data memiliki nilai residual berdistribusi normal.

(2) Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* < α (0,05) artinya data tidak memiliki

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Ghazali (2018: 137) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut dengan Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Kriteria untuk uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- (1) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- (2) Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Ghazali (2018:107) menyatakan bahwa uji multikolinieritas memiliki tujuan 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 multikolinearitas ini dapat dilihat dengan menggunakan besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Dasar pengambilan keputusan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas yaitu:

- (1) Jika nilai $\text{tolerance} \geq 0,10$ atau nilai $\text{VIF} \leq 10$, artinya tidak terdapat multikolinearitas.
- (2) Jika nilai $\text{tolerance} \leq 0,10$ atau nilai $\text{VIF} \geq 10$, artinya terdapat multikolinearitas.

6. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghazali, 2018:95). Variabel dependen



diasumsikan random atau stokastik yang artinya mempunyai distribusi probabilitas. Sedangkan variabel independen atau bebas diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Rumus analisis regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

β_1 = koefisien regresi variabel X_1

β_2 = koefisien regresi variabel X_2

ε = Term of Error

X_1 = Citra Merek

X_2 = Persepsi Harga

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali 2018:98).

Adapun kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan atau tidak, yaitu sebagai berikut:

- (1) Taraf signifikansi / Sig. t ($\alpha = 0.05$).
- (2) Jika nilai Sig. t < 0.05 maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat
- (3) Jika nilai Sig. t > 0.05 maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

b. Uji Kelayakan (Uji f)

Menurut Ghozali (2018:98), Pengujian dilakukan dengan melihat Sig f, sebagai berikut:



(1) Taraf signifikansi / Sig. F ($\alpha = 0.05$).

(2) Jika nilai Sig > α (0,05) atau Fhitung < Ftabel maka tidak tolak H0, artinya model regresi tersebut tidak layak

(3) Jika nilai Sig < α (0,05) atau Fhitung > Ftabel maka tolak H0, artinya model regresi tersebut layak

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) menurut Ghazali (2018:97) pada intinyadigunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen atau variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi(R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati nilai satu artinya variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.