

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2014) pengertian objek penelitian yaitu suatu atribut, sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini objek penelitiannya adalah produk Iphone.

2. Subjek Penelitian

Menurut Sekaran (2006) subjek adalah satu dari anggota dalam sampel, sebagaimana elemen adalah satu anggota dari populasi. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2014) bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling*, dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sekaran (2013) *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.

Menurut Hair *et al.* (2010) mengatakan bahwa jumlah sampel minimal 5 kali dari jumlah indikator. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 18. Sampel dalam penelitian ini minimal ($5 \times 18 = 90$). Sehingga

jumlah sampel yang akan dilakukan dalam penelitian ini sejumlah 100 responden

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan cara *purposive sampling* untuk mendapatkan responden yang potensial yaitu,

1. Mahasiswa aktif S1
2. Responden yang sudah pernah melakukan pembelian dan menggunakan Iphone minimal selama 1 tahun.

C. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sekaran (2017) data primer mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel keterkaitan untuk tujuan tertentu dari studi.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014) Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei berbasis kuesioner.

Kuesioner yang dimaksud adalah daftar pertanyaan tertulis yang sudah di buat sebelumnya di mana responden akan mencatat jawabannya yang disusun secara jelas, dalam perhitungannya akan digunakan skala Likert dalam pengukurannya dan penyebaran kuesioner menggunakan media elektronik. (Sekaran 2017). Yang menggunakan metode scoring sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Skala Likert

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

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sekaran (2017) Variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel penelitian, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Menurut Sekaran (2017) Variabel bebas adalah variabel yang mengambil variabel terikat, entah secara positif maupun secara negatif. Jika terdapat variabel bebas, variabel terikatpun akan hadir, dan dengan setiap unit kenaikan dalam variabel bebas, terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel terikat. Variabel ini sering disebut variabel stimulus, prediktor, antecedent. Menurut Sekaran (2017) Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti.

Tabel 3. 2
Definisi Operasional Variable Bebas

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Citra Merek (X1)	Mengatakan bahwa semua perusahaan berusaha menciptakan citra merek yang baik dan kuat dengan menciptakan suatu merek seunik mungkin yang dapat menguntungkan. Kotler dan Keller (2013)	1. Citra Pembuat 2. Citra Pemakai 3. Citra Produk Kotler dan Keller (2013)
Persepsi Harga (X2)	Persepsi atas harga menyangkut bagaimana informasi harga dipahami oleh konsumen dan	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
	dibuat bermakna bagi mereka. = Peter dan Olson (2014)	3. Daya Saing Harga Peter dan Olson (2014)
Kualitas Produk (X3)	Kualitas produk adalah Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya Kotler dan Armstrong (2014)	1. Bentuk 2. Fitur 3. Kualitas Kinerja 4. Kualitas kesesuaian 5. Ketahanan 6. Keandalan 7. Kemudahan perbaikan 8. Gaya 9. Desain Kotler dan Armstrong (2014)
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah semua pengalaman dalam pembelajaran, pemilihan, penggunaan, dan bahkan pembuangan produk Kotler dan Keller (2013)	1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan Merek Kotler & Keller (2013)

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Sekaran (2013) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu. Pengujian validitas ini menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Menurut Ghazali (2016) suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dikatakan valid jika memiliki nilai signifikan $<0,05$ (5%). Uji validitas pada penelitian ini diolah menggunakan Software SPSS 25.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran (2013) reliabilitas merupakan indikasi mengenal stabilisasi dan konsistensi di mana instrument mengukur konsep dan

membantu menilai “ketepatan” sebuah pengukuran. Dengan kata lain, uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kehandalan dari sebuah alat ukur dalam mengukur suatu variabel.

Menurut Sekaran (2013) diberikan ketentuan bahwa *alpha cronbach's* dapat di terima jika $>0,6$. Semakin dekat *alpha cronbach* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsisten internal. Uji reliabilitas pada penelitian ini diolah menggunakan SPSS 25. *for Windows*

G. Alat Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1. Regresi Linier Berganda

Analisa regresi berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, dimana variabel bebas jumlahnya lebih dari satu. Metode ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Dalam penelitian Kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono 2014). Persamaan regresi linier berganda adalah

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

Dimana,

- Y = Keputusan pembelian.
- a = Konstanta
- b1 = Koefisien regresi dari citra merek
- b2 = Koefisien regresi dari persepsi harga
- b3 = Koefisien regresi dari kualitas produk
- X1 = Variabel Citra Merek
- X2 = Variabel Persepsi Harga
- X3 = Variabel Kualitas Produk
- E = Standar error (tingkat kesalahan)

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dipenelitian ini menggunakan

a. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variable independent atau bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable dependen atau terikat (Rahmawati, dkk, 2014) Dengan tingkat signifikansi $< 0,05$. Analisis menggunakan alat bantu program software SPSS for windows untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian.

b. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) statistik untuk menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variable tidak bebas secara parsial dengan mengasumsikan bahwa variabel lain dianggap konstan.

c. Uji Determinasi

Koefisien determinan (R^2) menunjukkan besarnya pengaruh secara bersama atau serempak variabel independen terhadap variabel dependen yang terdapat dalam model structural yang dianalisis. Menurut Ghozali (2016) nilai yang kecil artinya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variable dependennya terbatas, sedangkan nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.