

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan metode *survey*. Menurut Creswell, (2008) dalam bukunya bahwa metode kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk menguji teori-teori tertentu melalui hubungan antarvariabel. Variabel-variabel yang ada kemudian diukur menggunakan instrumen penelitian, sehingga data yang berupa angka-angka dapat dianalisis dan disimpulkan berdasarkan prosedur-prosedur statistik. Dalam penelitian ini data dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan *statistik deskriptif*. Menurut Sugiyono (2016) dalam bukunya menyatakan bahwa *statistik deskriptif* digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang didapat dengan apa adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (generalisasi).

B. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2016) merupakan “wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Sugiyono

menyatakan pula bahwa populasi tidak hanya orang tetapi juga objek dan benda. Tidak hanya sebatas jumlah objek atau subjek, tetapi juga meliputi keseluruhan karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah semua mitra Paytren.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016) dalam bukunya sampel merupakan “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” jadi, sampel merupakan bagian dari populasi yang diteliti, karena bila populasinya besar maka peneliti tidak mungkin meneliti semuanya maka menggunakan sampel. Sampel dalam penelitian ini merupakan mitra Paytren yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik Nonprobability sampling. Menurut sugiyono dalam bukunya menyatakan bahwa Nonprobability sampling merupakan “teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada setiap unsur/anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Teknik nonprobability yang dipakai adalah sampling purposive. Sampling purposive merupakan teknik pengambilan sampel dengan mendasari atas pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel ialah mitra Paytren dengan syarat :

- 1) Merupakan Mitra Paytren

2) Berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada saran yang diberikan oleh ROSCOE,1982 dalam buku Sugiyono (2016) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak adalah antara 30 sampai dengan 500 dan untuk penelitian yang menggunakan analisis Multivariate (korelasi atau regresi linear berganda) maka jumlah sampel minimalnya adalah 10 kali dari jumlah Variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel independent dan satu variabel dependent, maka jumlah minimal sampel yang diperlukan sebanyak $4 \times 10 = 40$ responden.

C. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama diadakan penelitian adalah untuk mendapatkan data, maka untuk mendapatkan data tersebut perlu adanya teknik pengumpulan data, sehingga data yang didapat memenuhi standar yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2016) dalam bukunya, Teknik pengumpulan data sendiri terbagi menurut (1) *setting*, (2) sumber, dan (3) cara. Teknik pengumpulan data menurut *setting* melalui setting alamiah (*natural setting*), laboratorium dan metode eksperimen. Bila menurut sumber maka melalui data primer dan data sekunder. Sedangkan menurut cara maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dan dokumentasi. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui :

a) Interview (Wawancara)

Menurut Sugiyono (2016) dalam bukunya menyebutkan bahwa interview atau wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui lebih detil dan mendalam mengenai responden.

b) Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2016) dalam bukunya bahwa kuesioner merupakan “sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup maupun terbuka, dapat diberikan secara langsung ataupun melalui media lain seperti internet.

c) Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2016) dalam bukunya dokumen merupakan sebuah catatan peristiwa-peristiwa masalah yang berbentuk tulisan, gambar maupun dalam bentuk karya monumental lainnya yang dibuat oleh seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan dapat berupa “catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, peraturan, kebijakan dan biografi. Dokumen yang berbentuk gambar dapat berupa foto, gambar hidup, dan

sketsa. Dokumen dalam bentuk karya dapat berupa gambar, patung, film dan lain sebagainya”.

D. Jenis Dan Sumber Data

1. Sumber Data

a) Data primer

Menurut Sugiyono (2016) sumber data primer merupakan data yang diberikan langsung oleh pemberi data kepada peneliti atau pengumpul data yang tidak melewati orang lain atau dalam bentuk dokumen. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan cara menyebarkan angket (kuesioner) dan melakukan wawancara (interview) sederhana kepada beberapa Mitra Paytren yang ada di Yogyakarta.

b) Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2016), merupakan sumber data yang tidak diberikan langsung oleh sumber data kepada peneliti atau pengumpul data, namun melalui pihak lain maupun dalam bentuk dokumen. Sumber data sekunder disebut pula sumber data kedua atau sumber data yang sudah tersedia. Data sekunder biasanya diperoleh melalui lembaga resmi seperti website resmi suatu Bank, Badan Pusat Statistik (BPS), melalui jurnal maupun buku-buku. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan bersumber dari jurnal-jurnal dan juga buku-buku yang terkait dengan topik penelitian.

2. Jenis data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah jenis data primer, yakni data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket (Kuesioner) dan juga melakukan wawancara (Interview) sederhana kepada beberapa responden. Namun selain menggunakan data primer peneliti juga menggunakan data sekunder yang tersedia dalam bentuk jurnal-jurnal dan buku-buku untuk mendukung penelitian ini.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

a. Variabel Bebas (Independet Variabel)

Dalam bukunya Sugiyono (2016) menyatakan bahwa variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat (Dependent Variabel) atau yang menyebabkan perubahan pada variabel dependen terikat (Dependent variabel). variabel independen sering pula disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedat*. Variabel bebas (*Independent Variabel*) disimbolkan dengan “X”.

Dalam penelitian ini variabel Independen-nya terdiri dari tiga variabel yakni, brand image, perceived risk dan perceived value. Menurut Supranto dan Limakrisma 2007 dalam jurnal Kurniawan (2015) citra merek (*brand image*) merupakan apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat suatu merek dan apa yang konsumen ketahui mengenai suatu merek. Variabel berikutnya yakni perceived risk menurut Engel, Blackwell dan Miniard, 1995 dalam jurnal Kurniawan (2015) mengatakan bahwa

persepsi resiko (*perceived risk*) merupakan hasil yang tidak menguntungkan konsumen dari suatu produk atau layanan.

Variabel Persepsi nilai menurut Zeitzmal dan Bitner dalam Prasetyo & Suseno (2015) "*perceived value* merupakan evaluasi menyeluruh dari kegunaan suatu produk yang didasari oleh persepsi konsumen terhadap sejumlah manfaat yang diterima dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan".

Adapun indikator dari ketiga variabel bebas diatas adalah sebagai berikut :

1. Brand Image/Citra Merek (X1)

Menurut Mohammad dalam jurnal Muharam & Soliha, t.t. (2017) brand image terdiri dari 3 indikator, antara lain :

- a) Corporate Image (citra pembuat)

Citra pembuat berkaitan dengan asosiasi yang dipersepsikan oleh konsumen kepada perusahaan yang membuat produk atau jasa. Citra pembuat meliputi popularitas, kredibilitas, jaringan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

- b) User Image (citra pemakai)

Citra pemakai berkaitan dengan asosiasi yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap pengguna suatu produk atau jasa. Meliputi pemakai produk dan status sosial yang dimiliki oleh pemakai produk.

c) Product image (citra produk)

Citra produk merupakan asosiasi yang dibentuk oleh konsumen melalui persepsi mereka terhadap suatu produk dan jasa. Meliputi atribut produk, manfaat dari suatu produk, serta jaminan.

2. Perceived Risk/Persepsi Resiko (X2)

Adapun Indikator untuk mengukur Persepsi resiko (*Perceived risk*) menurut Menurut Shiffman dan Kanuk (2008) dalam Kurniawan (2015) meliputi :

a) Resiko Keuangan (Financing Risk)

Resiko keuangan merupakan resiko yang timbul dari layanan yang dibeli mungkin tidak memberikan keuntungan moneter terbaik bagi konsumen/pengguna.

b) Resiko Fisik (Physical Risk)

Resiko fisik merupakan resiko yang ditimbulkan dari kinerja layana/produk yang membahayakan dan juga merugikan konsumen secara fisik maupun kesehatan.

c) Resiko Psikologis (Psychological Risk)

Resiko psikologis merupakan resiko yang ditimbulkan ketika pilihan konsumen terhadap suatu produk atau kinerja yang diberikan produsen berdampak negatif terhadap pikiran dan persepsi diri konsumen/pelanggan.

d) Resiko Sosial (Social Risk)

Resiko sosial merupakan resiko yang mungkin didapatkan oleh konsumen atas pemilihan penyedia layanan yang berpengaruh negatif terhadap persepsi orang lain mengenai individu konsumen.

e) Resiko Fungsi (Functional Risk)

Resiko fungsi merupakan resiko yang mungkin didapat dari kinerja produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen.

3. Perceived Value/Persepsi Nilai (X3)

Menurut Sweeney dan Soutar dalam Prasetyo & Suseno (2015) menyebutkan bahwa *perceived value* terdiri dari :

a) Nilai Kualitas

Nilai kualitas merupakan keunggulan yang terdapat pada suatu produk/layanan.

b) Nilai Emosional

Nilai emosional berhubungan dengan perasaan konsumen, yakni perasaan positif yang dirasakan konsumen ketika telah memiliki suatu produk atau layanan.

c) Nilai Fungsional

Nilai fungsional merupakan nilai yang diberikan oleh atribut produk, yang berkaitan dengan fungsi yang diberikan oleh suatu produk/layanan kepada pelanggan.

Nilai fungsional berarti menunjukkan manfaat kegunaan dari suatu produk atau layanan yang mampu menguntungkan pemakainya.

d) Nilai Sosial

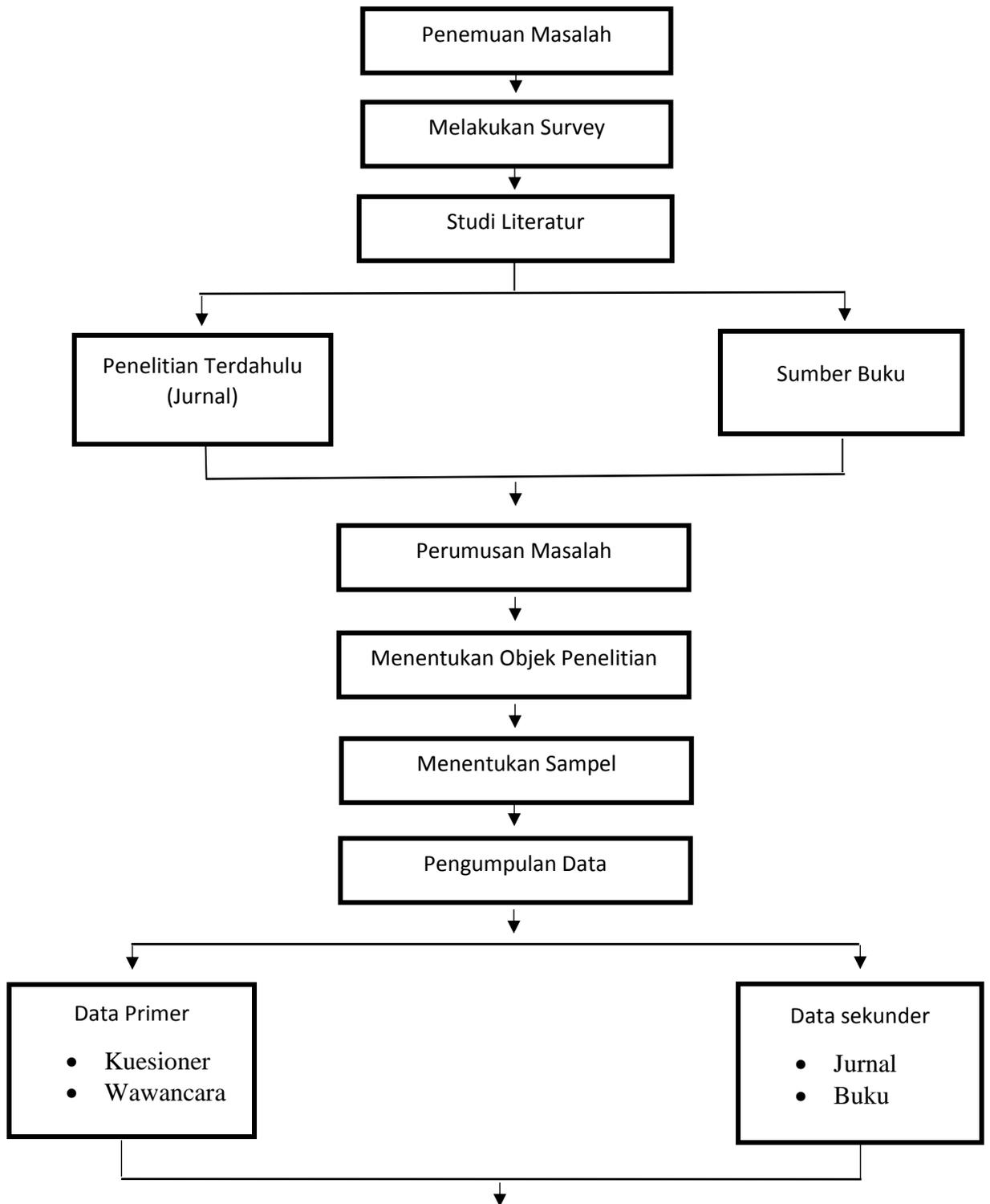
Nilai sosial merupakan nilai yang didapat oleh konsumen dari suatu produk yang kemudian apabila telah memiliki produk tersebut dapat meningkatkan konsep diri atau sosial konsumen.

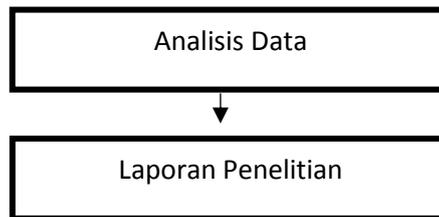
b. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Menurut Sugiyono (2016) dalam bukunya variabel Dependen/terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas dan menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian kualitatif variabel ini merupakan variabel yang menjadi topik penelitian. Variabel terikat disimbolkan dengan "Y". Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (*Dependent variabel*) adalah keputusan pembelian. Adapun indikator dari keputusan pembelian menurut Irawan dan Farid (2000) adalah sebagai berikut:

- a) Prioritas
- b) Pencarian Informasi
- c) Pemilihan
- d) Pengevaluasian
- e) Perekomendasikan produk yang digunakan.

F. Alur Penelitian





Gambar 3. 1 Alur Penelitian

G. Pengukuran Instrumen Penelitian

Pengukuran instrumen dalam penelitian menggunakan skala pengukuran Likert. Menurut Sugiyono (2016) “skala pengukuran likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.” Dalam *skala likert* pengukuran variabel berdasarkan indikator variabel yang kemudian indikator variabel menjadi tolak ukur penyusunan item-item instrumen baik berupa pertanyaan maupun pernyataan.

Penggunaan *skala likert* dalam setiap pertanyaan atau pernyataan mempunyai gradiasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Adapun interval jawaban dan skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) = skor 4
- b. Setuju (S) = skor 3
- c. Tidak Setuju (TS) = skor 2
- d. Sangat Tidak Setuju (STS) = skor 1

H. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut buku Nazaruddin, I & Basuki, A.T (2015) menyebutkan bahwa validitas menyatakan tingkat keandalan serta kesahihan alat ukur yang digunakan dalam sebuah penelitian. Sedangkan menurut Sekaran, 2006 dalam buku Sarjono, H & Julianita, W. (2011) menyatakan validitas berarti menunjukkan instrumen, teknik dan proses yang digunakan dalam suatu penelitian mengukur konsep yang sesuai dengan yang seharusnya. jadi uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Dalam buku Sarjono, H & Julianita, W (2011) reliabilitas memiliki tujuan untuk mengukur tingkat konsistensi jawaban yang diberikan oleh responden terhadap item pertanyaan yang ada dalam kuesioner penelitian. Sekaran, (2006) menyebutkan pula bahwa reliabilitas atau keandalan mengukur sejauh mana pengukuran yang dilakukan tanpa bias (*kesalahan/error free*). Suatu kuesioner dinyatakan reliabel apabila perolehan nilai *Croanbach's Alpha* nya $> 0,60$.

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Nazaruddin, I & Basuki, A.T (2015) dalam bukunya Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu data

berdistribusi normal atau diambil dari populasi yang normal ataukah tidak. Uji normalitas merupakan uji yang penting sebagai salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji parametrik). Untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan melihat nilai sig, apabila nilai sig lebih besar dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal dan jika nilai sig lebih kecil daripada 5% maka dapat ditarik kesimpulan bahwa residual tidak menyebar normal. Namun, untuk melihat apakah data berdistribusi normal ataukah bisa pula dengan melihat P-P Plot, bila penyebaran titik masih berada disekitar garis diagonal maka data dapat dikatakan data menyebar normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut buku Nazaruddin, I & Basuki, A. T (2015) menyebutkan bahwa Multikolinearitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas (X) dalam model regresi linear berganda. bila terdapat korelasi yang tinggi pada variabel-variabel bebas, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat akan terganggu. untuk membuktikan ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Terjadinya masalah multikolinearitas apabila nilai VIF > 10,00 dan nilai tolerance < 0,10. Namun apabila nilai VIF < 10,00 dan Nilai Tolerance > 0,10

maka dapat dikatakan bahwa data tersebut terbebas dari multikolinearitas.

3. Uji Heterokedasitas

Menurut Wijaya, 2009 dalam buku (Sarjono, H & Julianita, W (2011) bahwa Heterokedasitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat kesamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan lainnya. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah yang memiliki kesamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain (homokedasitas). Ada beberapa cara untuk mengetahui terjadi atau tidaknya heterokedasitas yakni dengan melihat *scatterplot* melalui uji Gletjer, uji Park dan Uji white. Data dapat dikatakan bebas dari heteroskedasitas apabila $> 0,05$.

J. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016) dalam bukunya pada penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah semua data dari responden maupun dari sumber data lainnya telah terkumpul. Dalam penelitian kuantitatif teknik analisis data dapat menggunakan statistik. Statistik yang dapat digunakan untuk analisis data terdiri dari dua macam, yaitu *statistik deskriptif* dan *statistik inferensial*. statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang didapat dengan apa adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (generalisasi). Sedangkan statistik inferensial digunakan apabila peneliti ingin membuat kesimpulan yang berlaku pula untuk

populasi. Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah *statistik deskriptif*.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi, menurut Sarjono, H & Julianita, W (2011) dalam bukunya menyatakan bahwa analisis regresi merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Apabila variabel bebas (independen) yang digunakan dalam suatu penelitian terdiri dari satu variabel bebas dan variabel terikat maka dinamakan analisis regresi linear sederhana. Namun apabila variabel bebas (independen) lebih dari dua variabel maka dinamakan analisis regresi berganda.

Dalam penelitian ini variabel bebas (X) terdiri dari Brand Image, Perceived Risk dan Perceived value artinya variabel bebas (independen) lebih dari dua variabel maka menggunakan analisis regresi berganda.

Adapun persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Y : Keputusan Memilih
a : Kostanta
X₁ : Brand Image
X₂ : Perceived Risk
X₃ : Perceived Value
b₁,b₂,b₃ : besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel
e : eror

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui adakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam buku Sarjono, H & Julianita, W (2011) menyebutkan bahwa apabila nilai sig yang diperoleh dari uji t menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} \leq 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Namun, apabila nilai yang diperoleh lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} \geq 0,05$) maka artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Nazaruddin, I & Basuki, A.T (2015) dalam bukunya Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas (independen) mempengaruhi variabel terikat (dependen). Nilai koefisien determinasi atau R square digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas (dependent) secara simultan terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi atau R square adalah antara 0 dan 1. Bila ditemukan hasil dibawah 1 maka dikalikan dengan 100 maka ditemukan hasil persentasenya, dan itu membuktikan besaran pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.