

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Objek dan Subjek Penelitian**

##### 1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah *Wedding and Event Organizer* Kapulaga.

##### 2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pengguna jasa *Wedding and Event Organizer* Kapulaga.

#### **B. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### 1. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin untuk meneliti semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2015).

##### 2. Sampel yang Dibutuhkan

Karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan yang dirujuk dari Hair. *et.,al* (2014). menyatakan bahwa ukuran sampel minimum adalah lima (5) kali observasi untuk setiap parameter yang di estimasi. Menurut Sekaran (2017) dalam penelitian

multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (lebih baik 10 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam studi tersebut. Maka dalam penelitian ini peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling*. Karena sampel ini menggunakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling*, menurut Sugiyono (2010) *purposive sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.

Pada penelitian ini terdapat beberapa kriteria yang digunakan sebagai syarat untuk menjadi sampel yaitu:

- a. Responden telah menggunakan jasa WO Kapulaga dalam 3 tahun terakhir
- b. Tingkat Pendidikan minimal SMP
- c. Berdomisili di Yogyakarta

### C. Jenis Data

#### Data Primer

Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan

variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus, internet juga dapat menjadi sumber data primer jika kuesioner disebarluaskan melalui internet (Sekaran, 2011).

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah sebagai berikut :

##### Kuesioner

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data *google form*. Menurut Sugiyono (2010) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Angket atau kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan dalam bentuk pilihan ganda atau bentuk-bentuk yang lain yang disebut *closed-ended question*. Pertanyaan itu dapat digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan pengetahuan.

Menurut Sugiyono (2010) adalah Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penulis menyediakan alternatif pilihan jawaban yang mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Untuk keperluan analisis data kuantitatif, maka dari alternatif jawaban-jawaban itu, penulis menetapkan kategori penyekoran seperti yang tertera pada tabel berikut.

Tabel 3.1.  
Kategori Pemberian Skor Alternatif Jawaban

| Alternatif Jawaban  | Skor Alternatif Jawabana |
|---------------------|--------------------------|
| Sangat Tidak Setuju | 1                        |
| Tidak Setuju        | 2                        |
| Netral              | 3                        |
| Setuju              | 4                        |
| Sangat Setuju       | 5                        |

## E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

#### a. Variabel independen adalah :

- 1) Persepsi Harga
- 2) Promosi
- 3) Reputasi Perusahaan
- 4) Kualitas Layanan

#### b. Variabel dependen adalah :

Keputusan Pembelian

2. Berikut adalah variabel penelitian beserta indikator-indikator yang digunakan :

Tabel 3.2.  
Tabel Definisi Operasional dan Indikator Variabel

| No. | Variabel       | Definisi  | Indikator   |
|-----|----------------|---|---|
| 1.  | Persepsi Harga | Menurut Peter dan Olson (2014) persepsi atas harga menyangkut bagaimana informasi harga dipahami oleh konsumen dan dibuat bermakna. Dengan demikian | Indikator persepsi harga menurut Herawaty <i>et al.</i> (2016) :<br><br>1) Pelanggan membayar harga |

| No. | Variabel            | Definisi  | Indikator   |
|-----|---------------------|---|---|
|     |                     | persepsi harga adalah suatu tolak ukur yang dimiliki konsumen dalam menilai suatu produk atau jasa, dari hargalah konsumen juga dapat menilai bahwa suatu produk memiliki seberapa manfaat kegunaannya dan seberapa bagus kualitasnya. Dari persepsi harga konsumen juga dapat menentukan sebuah pilihannya sebelum melakukan pembelian suatu produk. | yang wajar.<br>2) Ketepatan penetapan harga.<br>3) Kewajaran kebijakan harga.<br>4) Perubahan harga sesuai dengan etika.<br>5) Harga dapat diterima oleh pelanggan.   |
| 2.  | Promosi             | Menurut Kotler dan Armstrong (2014) promosi mengacu pada aktivitas yang berkomunikasi dengan manfaat produk dan membujuk pelanggan target untuk membelinya. Hal tersebut menyatakan bahwa Promosi mengacu pada kegiatan berkomunikasi dua Merit produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membeli.  | Menurut Sutisna (2013) indikator promosi dibagi menjadi berikut :<br>1) Diskon memberikan perhatian<br>2) Diskon memiliki daya tarik<br>3) Diskon membangkitkan keinginan berbelanja<br>4) Diskon mendorong untuk melakukan pembelian |
| 3.  | Reputasi            | Menurut Rosidah (2011), reputasi perusahaan adalah persepsi konsumen mengenai kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik, atau penilaian tentang keadaan masa lalu dan prospek masa yang akan datang mengenai kualitas perusahaan atau produk.   | Menurut Kusuma (2009) indikator pembentukan citra perusahaan mencakup :<br>1) sekumpulan kesan ( <i>impressions</i> ).<br>2) kepercayaan ( <i>beliefs</i> ).<br>3) sikap ( <i>attitudes</i> ).  |
| 4.  | Kualitas Layanan    | Definisi kualitas pelayanan menurut Mauludin (2013) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh.   | Indikator kualitas layanan menurut (Jahanshahi, 2011)<br>1) Pelayanan yang dijanjikan.<br>2) Tepat janji.<br>3) Layanan yang cepat dan tepat.   |
| 5.  | Keputusan Pembelian | Menurut Kotler dan Armstrong (2012) bahwa pengertian keputusan pembelian, adalah tahap  | Variabel keputusan pembelian diukur dengan indikator (Baedhowi, 2012)   |

| No. | Variabel | Definisi   | Indikator  |
|-----|----------|--|--|
|     |          | dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan oleh produsen. | 1) Prioritas pembelian.<br>2) Keyakinan dalam membeli.<br>3) Kemudahan mendapat/ memperoleh.<br>4) Pertimbangan manfaat. |

## F. Uji Kualitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Sebuah instrumen yang baik harus memenuhi validitas internal dan eksternal. Validitas internal terpenuhi apabila kriteria yang ada dalam instrumen tersebut secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Validitas eksternal terpenuhi jika kriteria dalam instrumen tersebut disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Dengan kata lain, validitas internal dikembangkan berdasarkan menurut teori yang relevan, sedangkan validitas eksternal disusun berdasarkan dari fakta empiris (Sugiyono, 2017).

Pengujian validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *construct validity* dengan menghitung korelasi antara masing-masing alat ukur dengan total variabel. Item instrumen dikatakan valid jika angka hasil uji validitasnya dibawah angka signifikansi  $> 0,5$  (Rahmawati dkk., 2016).

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mempunyai makna ketergantungan dan konsistensi. Instrumen yang reliabel tetap bekerja dengan baik dalam waktu yang

berbeda dan dalam kondisi yang berbeda pula (Sugiyono, 2017). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *cronbach alpha*. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus *cronbach Alpa*. Menurut Ghozali (2017) menyatakan bahwa untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat *cronbach alpa* dengan kriteria jika nilai *cronbach alpa* > 0,6.

## **G. Metode Analisis Data**

### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2014) analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

#### **a. Deskripsi Karakteristik Responden**

Karakteristik responden yang dibutuhkan untuk penelitian ini yaitu :

- 1) Tingkat penghasilan
- 2) Tingkat pendidikan
- 3) Pekerjaan

## 2. Pengujian Hipotesis

### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Jadi regresi linier berganda akan digunakan jika jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2015).

Menurut Sugiyono (2014) bahwa analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependen* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independen* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal.

Menurut Sugiyono (2014) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \varepsilon$$



Keterangan:

|                        |                                    |
|------------------------|------------------------------------|
| Y                      | = Manajemen Laba                   |
| $\alpha$               | = Koefisien konstanta              |
| $b_1, b_2, b_3, \dots$ | = Koefisien regresi                |
| $X_1$                  | = Persepsi Harga                   |
| $X_2$                  | = Promosi                          |
| $X_3$                  | = Reputasi                         |
| $X_4$                  | = Kealitan Layanan                 |
| $\varepsilon$          | = <i>Error</i> , variabel gangguan |

b. Uji F (Uji Kelayakan Model)

Uji F digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen atau terikat.

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

- 1) Derajat kepercayaan = 5 %
- 2) Derajat kebebasan F tabel (  $\alpha$ , k, n-k-1 )

$$\alpha = 0,05$$

k = jumlah variabel bebas

n = jumlah sampel

- 3) Menentukan kriteria pengujian

Apabila signifikansi  $\geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan.

Apabila signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima, artinya ada pengaruh secara simultan.

c. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Rahmawati dkk., 2016). Uji t digunakan untuk menguji hipotesis 1 sampai 5 atau menguji sejauh mana persepsi harga, promosi, reputasi, dan kualitas layanan secara individu mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Hipotesis diterima apabila  $p\text{-value (sig)} < \alpha 5\%$  dan koefisien regresi menunjukkan arah sesuai arah hipotesis, dan hipotesis tidak diterima apabila  $p\text{-value (sig)} > \alpha 5\%$  dan koefisien regresi tidak menunjukkan arah sesuai arah hipotesis (Rahmawati dkk., 2016).

d. Uji Determinasi

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya.

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

- 1) Jika  $K_d$  mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- 2) Jika  $K_d$  mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.