

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono (2015:2), ialah metode ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan penggunaan tertentu. Berdasarkan pengertian tersebut terdapat empat hal yang harus dipahami lebih lanjut lagi yaitu: cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Penelitian merupakan cara ilmiah berarti didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Data yang diperoleh dalam penelitian harus merupakan data yang memiliki kriteria tertentu yang valid.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, metode yang akan digunakan didalam penelitian ini adalah metode asosiasif yang bersifat kausal, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausalusal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat. Dalam penelitian ini, peneliti menguji pengaruh antara variabel yang diteliti yaitu **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk (Sablon) dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian”**.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Dopper Print Ciawi yang beralamatkan di Jalan Veteran III Tapos, Kp. Caringin RT.03/Rw.02, Desa Banjarsari Kecamatan Ciawi – Kabupaten Bogor. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan mulai bulan maret 2021 sampai dengan selesai.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:80), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian adalah masyarakat kecamatan Ciawi, yang menjadi pelanggan atau konsumen dalam pembuatan jasa sablon di Dopper Print.

2. Sempel

Menurut Sugiyono (2015:81), “sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Jika populasinya besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalkan karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diperoleh dari populasi tersebut”.

Teknik penentuan sampel pada penelitian ini memakai metode *nonprobability sampling*. “*nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur. Teknik sampel ini meliputi : *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling insidental*, *sampling purposiv*, *sampling jenuh* dan *snowball sampling*”. Menurut Sugiyono (2015:84-85).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini merupakan *sampling insidental*. Menurut Sugiyono (2015:85), *sampling insidental* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang

secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian kali ini perhitungan sampel menggunakan rumus Wibisono karena ukuran populasi belum diketahui secara pasti.

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Sumber : Riduwan dan Akdon (2015:255)

Keterangan:

- n : Jumlah Sampel
 $Z_{\alpha/2}$: Nilai Tabel Z
 σ : Standar Deviasi Populasi
e : Tingkat Kesalahan

Dalam penelitian ini menggunakan tingkatan kepercayaan sebesar 95% dan tingkat kesalahan sebesar 5%. Ketentuan standar deviasi populasi 0,25, maka perhitungan dalam penentuan sampel yaitu:

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

$$n = \left(\frac{0,49}{0,05} \right)^2 = (9,8)^2 = 96,04$$

Dengan demikian sampel yang akan diteliti sebesar 96,04 dan dibulatkan keatas menjadi 97 responden, tetapi untuk memudahkan peneliti maka jumlah sampel menjadi 100 responden.

D. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:38) menjelaskan bahwa “variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu bentuk yang akan ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga peneliti memperoleh informasi dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya”.

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel *independen* (X) dan variabel *dependen* (Y) yaitu :

1. Variabel Bebas (*Independen*), yaitu variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel terikat (*dependen*).
Variabel bebas pada penelitian ini adalah :

- a. Harga

Harga dapat diartikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat diartikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:345).

b. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kapabilitas sebuah produk dalam mencontohkan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, realibilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian dan reparasi produk, juga atribut produk yang lainnya. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:283).

c. Kualitas Pelayanan

Menyatakan bahwasanya kualitas merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk bisa memuaskan kebutuhan yang diinginkan konsumen yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Kotler dan Keller (2012:49).

2. Variabel terikat (*dependen*), yaitu variabel yang dipengaruhi atau sebagai akibat dari variabel bebas. Variabel terikat (*dependen*) pada penelitian ini adalah :

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan salah satu proses yang dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasinya seberapa bagus masing-masing alternatif tersebut yang dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah terhadap keputusan pembelian. Menurut Tjiptono (2015:21).

E. Operasional Variabel

Untuk memperjelas variabel operasional, peneliti akan mendeskripsikan sebagai berikut:

Tabel 3
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Harga (X1)	Harga dapat diartikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat diartikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakan. (Kotler dan Armstrong, 2012:345).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga. 4. Harga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen 	<i>Likert</i>
Kualitas Prdouk (X2)	Kualitas produk merupakan kapabilitas sebuah produk dalam mencontohkan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, realibilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian dan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fitur 2. Kesesuaian 3. Daya Tahan 4. Reliabilitas 5. Estetika 6. Kesan Kualitas 	<i>Likert</i>

	reparasi produk, juga atribut produk yang lainnya. (Kotler dan Amstrong, 2012:283).		
Kualitas Pelayanan (X3)	Menyatakan bahwasanya kualitas merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk bisa memuaskan kebutuhan yang diinginkan konsumen yang dinyatakan atau tersirat. (Kotler dan Keller, 2012:49).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berwujud (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>) 	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan salah satu proses yang dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasinya seberapa bagus masing-masing alternatif tersebut yang dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah terhadap keputusan pembelian. (Tjiptono, 2015:21).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Penyalur 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 	Likert

F. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang dipakai oleh peneliti ini merupakan data primer, yaitu “sumber data yang secara langsung menyediakan data kepada pengumpul data sehingga peneliti merupakan orang yang memperoleh data secara langsung” Menurut Sugiyono (2015:173). Data primer pada penelitian ini didapat secara langsung dari kuesioner yang telah diberikan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian kali ini dengan menggunakan kuesioner, yaitu dengan mengajukan sebuah pertanyaan yang terkait dengan variabel yang akan diteliti kepada responden melalui *google form*.

3. Teknik Pengukuran Data

Peneliti akan menggunakan teknik pengukuran data yaitu Skala *Likert* pada penelitian kali ini. “Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang akan fenomena sosial. Skala *Likert* merupakan variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun sebuah item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan” menurut Sugiyono (2015:93).

Kategori penilaian yang akan digunakan pada skala likert yaitu 1-5 dan penilaian skor angka masing-masing ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4
Skala Likert

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Sugiyono, 2015:93)

G. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur atau sebuah instrumen yang akan dilakukan penelitian untuk menjadi alat ukur yang bisa diterima atau standar maka alat ukur tersebut harus melalui uji validasi dan reliabilitasi dari sebuah data, uji validitas menurut pendapat para ahli dapat menggunakan rumus *pearson product moment*, kemudian setelah itu diuji dengan menggunakan uji t dan setelah itu baru diliat penafsirannya tersebut dari indeks korelasinya.

Rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Sumber : Riduwan dan Akdon (2015:124)

Keterangan :

R_{xy} : Koefisien korelasi

N : Jumlah subjek atau responden

X : Skor butir

Y : Skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat nilai Y

Dengan demikian, uji validitas dinyatakan valid jika nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel. Sebaliknya jika r -hitung lebih kecil dari r -tabel maka tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan salah satu alat ukur untuk mengukur reliabilitas suatu indikator. Reliabilitas menunjukkan konsistensi alat ukur dalam mengukur alat yang sama, uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *Chronbach Alpha*. Menurut Echo Perdana K (2016:40).

Rumus :

$$r_{ac} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_f^2} \right\}$$

Sumber : (Sugiyono, 2015:132)

Keterangan :

Γ_{ac} : Koefisien reliabilitas alpha Chronbach

K : Banyak item kuesioner

$\sum s_i^2$: Jumlah Varians skor tiap-tiap item

S^2_t : Jumlah Varians

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalisasi

Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa sebuah sampel diambil dari populasi yang berdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi.

Metode yang digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini merupakan analisis statistik dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikan 0,05 atau 5%. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikan yang dihasilkan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikan yang dihasilkan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikonearitas

Uji multikonearitas adalah alat uji yang model regresinya untuk menemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*Indipenden*). Model regresi yang baik seharusnya tidak akan terjadi korelasi diantara variabel *independen*. Menurut Echo Perdana K (2016:47).

- 1) Jika nilai *Variance inflation factor* disekitar angka < 10 , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

- 2) Jika nilai *Variance inflation factor* disekitar angka > 10 , maka dikatakan terdapat masalah multikolinearitas.
- 3) Jika nilai *Tolerance* > 0.10 , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
- 4) Jika nilai *Tolerance* < 0.10 , maka dikatakan terdapat masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah alat suatu uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan *variance* dari rasidual suatu pengamatan yang lainnya. Menurut Echo Perdana K (2016:49).

Pada dasar yang bertujuan untuk menguji apakah dalam moodel regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *rasidual* jadi satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika *variance* dari *rasidual* ke satu pengamatan ke pengamatan yang lain, maka disebut *homoskedastisitas* dan apabila jika berbeda maka disebut *heteriskedastisitas*. Model regresi yang baik seharusnya tidak akan terjadi *heteriskedastisitas*. Menurut Duli (2019:122-123). Dasar pengambilan keputusan pada uji *heteriskedastisitas* antara lain :

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$, kesimpulannya tidak terjadi *heteriskedastisitas*.
- 2) Jika nilai signifikan < 0.05 , kesimpulannya adalah terjadi *heteriskedastisitas*.

3. Analisis Deskriptif Statistik

Menurut Sugiyono (2015:37), analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa sebuah data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan sebuah data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat suatu kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif hanya berhubungan dengan hal yang menjabarkan atau memberikan keterangan mengenai suatu data atau keadaan.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi linier berganda dipakai guna mengetahui hubungan antara 2 atau lebih variabel *independen* dengan 1 variabel *dependen*. Menurut Purnomo (2016:161). Variabel *independen* yang digunakan yaitu harga (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3), sedangkan variabel *dependennya* yaitu keputusan pembelian (Y). Uji ini menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Sumber : (Purnomo, 2016:161)

Keterangan :

Y : Keputusan pembelian

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi harga

b₂ : Koefisien regresi kualitas produk

b_3	: Koefisien regresi kualitas pelayanan
X_1	: Harga
X_2	: Kualitas produk
X_3	: Kualitas pelayanan
e	: <i>Error sampling</i>

5. Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan suatu hubungan antara 2 variabel. Dalam perhitungan korelasi akan mendapat koefisien korelasi yang menunjukkan kekuatan hubungan antara dua variabel tersebut. Nilai koefisien korelasi berkisar antara 0 sampai 1 atau 0 sampai -, jika suatu nilai mendekati 1 atau -1 maka hubungan semakin erat, jika mendekati 0 maka antara hubungan semakin lemah. Menurut Purnomo (2016:173). Hal ini menunjukkan kekuatan suatu hubungan antara 2 variabel tersebut.

Untuk menguji apakah terdapat hubungan yang erat antara pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di dopper print, maka penulis menggunakan tabel interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 5
Interprestasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,009	Sangat Kuat

Sumber : Riduwan dan Akdon (2015:124)

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah peneliti. Menurut Sugiyono (2015:64). Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui seberapa besarkah pengaruh harga, kualitas produk dan kulaitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesa dengan langkah dan asumsi sebagai berikut :

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji f dalam analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* secara simultan.

$$1) H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$$

Tidak terdapat pengaruh antara variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian.

$$2) H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$$

Terdapat pengaruh antara variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian.

Uji f dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh secara bersama-sama variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Tingkat yang signifikan yang digunakan yaitu sebesar 5% dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$, dimana (n) merupakan jumlah observasi dan (k) merupakan jumlah variabel

b. Uji Parsial (Uji T)

$H_0 : \beta_1 = 0$, yaitu tidak ada pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$, yaitu terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian.

$H_0 : \beta_2 = 0$, yaitu tidak terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian.

$H_1 : \beta_2 \neq 0$, yaitu terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian.

$H_0 : \beta_3 = 0$, yaitu tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian

$H_1 : \beta_3 \neq 0$, yaitu terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Uji parsial atau bisa disebut juga dengan uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing – masing variabel *independen* secara sendiri-sendiri terhadap variabel *dependen*. Menurut Setiawan (2015:57). Uji ini dapat kita lihat dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

7. Analisis koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien korelasi determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variabel *dependen* (variabel terikat). Nilai suatu koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0-1. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel *independen* (bebas) dalam menjelaskan variabel terkait (*dependen*) sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi (R^2) yang besar dan mendekati 1 maka akan menunjukkan bahwa variabel bebas (*independen*) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi suatu variasi variabel terikat (*dependen*). Menurut Riyanto & Hatmawan (2020:141).

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP : Nilai Koefisien Determinan

r : Nilai Koefisien Korelasi