

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:4) jenis-jenis metode penelitian dapat diklarifikasikan berdasarkan pada tujuan dan tingkat kealamiahannya. Berdasarkan pada tujuan, jenis metode penelitian dapat diklarifikasikan menjadi penelitian dasar, penelitian terapan, dan penelitian pengembangan. Untuk mendapatkan kebenaran ilmiah, dalam hal ini diperlukan adanya metode penelitian yang terkandung dalam tujuan penelitian, mengingat maksud dan tujuan penelitian ini, maka jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan metode kausal komperatif (*causal comparative research*), yaitu jenis penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

B. Identifikasi variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian dapat disusun menjadi: (1) variabel independen (bebas), yaitu variabel yang menerangkan dan menimbulkan variabel lain, dan (2) variabel dependen (terikat), yaitu variabel yang menerangkan dan ditimbulkan oleh variabel independen.

1. Variabel independen (bebas), yaitu variabel yang menjelaskan dan memengaruhi variabel dependen (terikat), sebagai variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah:

- a. Harga
 - b. Citra merek
 - c. *Word of mouth*
2. Variabel dependen (terikat), yaitu variabel yang dijelaskan dan dipengaruhi oleh variabel independen (bebas) atau variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

C. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2014:164) operasional variabel adalah atribut dari sekelompok obyek yang diteliti. Dalam penelitian ini definisi operasional variabel akan dijelaskan mengenai variabel-variabel yang akan diamati sekaligus menjadi obyek pengamatan dalam penelitian. Definisi operasional variabel yang diamati diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Independen

- a. Harga

Merupakan sejumlah uang yang ditetapkan pada produk dengan kesepakatan konsumen melihat manfaat dari produk tersebut.

Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur persepsi harga adalah sebagai berikut:

- 1) Harga terjangkau
- 2) Harga dapat bersaing
- 3) Harga sesuai dengan manfaat produk

b. Citra merek

Citra merek merupakan persepsi konsumen tentang keunggulan sebuah merek. Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur citra merek adalah sebagai berikut:

- 1) Citra merek terpercaya
- 2) Prestige
- 3) Citra merek lebih unggul

c. *Word of Mouth*

Word of Mouth adalah rekomendasi dari mulut ke mulut yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian di Toko Buku Gramedia. Adapun indikator *Word of Mouth* dalam penelitian ini adalah:

- 1) Mendapatkan informasi
- 2) Menumbuhkan motivasi
- 3) Mendapatkan rekomendasi dari orang lain

2. Variabel Dependen

a. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian konsumen adalah tindakan konsumen untuk membeli produk.

Adapun indikator yang di pergunakan:

1. Keinginan mencoba produk
2. Melakukan pembelian ulang

Adapun penelitian jawaban responden tersebut akan diberi penilaian mengingat data-data dalam penelitian ini merupakan data kualitatif yang

dikuantitatifkan maka menggunakan skala Likert dengan rentang skala 1-5 dengan kriteria sebagai berikut:

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Cukup setuju

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

D. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, data yang diperoleh langsung peneliti berasal dari obyek penelitian. Disini yang menjadi obyek adalah responden yang telah ditentukan oleh peneliti dengan mengumpulkan jawaban melalui butir-butir pertanyaan kuisisioner.

Berdasarkan sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer maka adapun teknik pengambilan data melalui survey lapangan, yaitu mencari keterangan yang diperlukan untuk mendukung hipotesa yaitu dengan melakukan pengamatan langsung ditempat penelitian, dengan menggunakan metode:

1. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengancara seperangkat atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab (Sugiyono 2014:135).

E. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014:72) populasi wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Fatihudin (2015: 64) sampel adalah sebagian dari populasi, yang artinya tidak akan ada sampel jika tidak ada populasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang berdomisili di Surabaya dan sekitarnya yang membeli buku di Toko Buku Gramedia.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-random sampling*, dimana tidak semua individu dalam populasi diberi kesempatan yang sama untuk ditugaskan menjadi anggota sampel. Selain itu, juga ditentukan berdasarkan *sampling aksidental*. Menurut Sugiyono (2014: 156), *sampling aksidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila di pandang konsumen yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Dalam penelitian ini populasinya sangat besar dan tidak terbatas (infinite) dan jumlah sampel ditetapkan sebesar 100 responden. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat Arikunto (2012:73) dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z \cdot p \cdot q}{d}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = harga standar normal (1,976)

p = estimator proporsi populasi (0,5)

d = interval/penyimpangan (0,10)

q = 1-p

jadi besar sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,976)(0,5)(0,5)}{(0,10)} = 97,6 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden.}$$

F. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan kegiatan dengan langkah-langkah (Arikunto, 2012: 23) sebagai berikut :

1. *Editing* adalah memeriksa kejelasan dan kelengkapan pengisian instrumen pengumpulan data, dengan tujuan untuk mencari kesalahan-kesalahan didalam kuesioner atau juga kurang adanya keserasian didalam pengisian kuesioner
2. *Coding* adalah proses identifikasi dan klasifikasi dari setiap pertanyaan yang terdapat dalam instrumen pengumpulan data menurut variabel-variabel yang diteliti. *Coding* dilakukan setelah editing. *Coding* merupakan pemberian kode-kode atau angka-angka tertentu terhadap kolom-kolom, variabel-variabel yang ditanyakan dalam kuesioner berkaitan dengan keterangan tertentu yang diperlukan.
3. Kalkulasi yaitu menghitung data yang sudah telah dikumpulkan dengan cara menambah, mengurangi, membagi atau mengkalikan atau lainnya. Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala Likert yang merupakan salah satu cara untuk menentukan skor. Kriteria penilaian ini digolongkan dalam lima tingkatan dengan penilaian sebagai berikut:
 - a. Jawaban Sangat Setuju, diberi skor 5
 - b. Jawaban Setuju, diberi skor 4
 - c. Jawaban Cukup Setuju, diberi skor 3
 - d. Jawaban Tidak Setuju, diberi skor 2

- e. Jawaban Sangat Tidak Setuju, diberi skor 1

Tabulasi data yaitu mencatat atau entry data ke dalam tabel induk penelitian. Dalam penelitian ini pengolahan data dilakukan dengan program komputer excel maupun program statistik lainnya. Kuesioner yang telah diisi oleh responden bisa langsung dimasukkan ke dalam program komputer, sehingga hasil pengolahan datanya (output) akan keluar sesuai dengan yang telah dipilih programnya.

G. Analisis Data

Sugiyono (2014: 402) menyatakan bahwa teknik analisi data adalah proses mencaari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari observasi, wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Adapun teknik yang digunakan dalam analisa penelitian adalah:

1. Uji Instrumen

- a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014: 203), menyatakan bahwa Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Bila koefisien korelasi sama dengan 0,3 atau lebih (paling kecil 0,3), maka butir instrumen dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Setelah instrumen di uji validitasnya maka langkah selanjutnya yaitu menguji reliabilitas. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2014: 204).

Reliabilitas variabel ditentukan berdasarkan nilai *alpha cronbach*, apabila nilai alpha lebih besar dari 0,6 maka dikatakan variabel tersebut reliabel atau dapat diandalkan.

2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunakan plot probabilitas normal (*Normal probability plot*) untuk menguji kenormalitasan jika penyebaran data (titik) disekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Salah satu cara mendeteksi adanya multikolinearitas adalah dengan melihat Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

1. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan *VIF* > 10 , maka terdapat korelasi yang terlalu besar diantara salah satu variabel bebas dengan variabel bebas lainnya atau terjadi multikolinearitas

2. Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas, (Ghozali, 2014: 139).

Deteksi dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu dalam grafik dimana sumbu X dan Y telah diproduksi. Dasar pengambilan keputusan adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada berbentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah O pada Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Regresi Linier Berganda

Menurut Arikunto (2012:289), analisa regresi berganda adalah suatu prosedur statistik dalam menganalisa hubungan antara variabel satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen rumus *multiple* regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

X₁ = Harga

X₂ = Citra merek

X_3 = *Word of mouth*

$b_{1...3}$ = Koefisien regresi

a = Konstanta

e = Standar eror

4. Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2013:98), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t adalah untuk menguji signifikansi pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Kriteria pengujian ini adalah dengan membandingkan tingkat signifikansi dari nilai t ($\alpha=0,05$), yaitu jika tingkat signifikansi uji t ≤ 0.05 , hal ini menunjukkan bahwa variabel harga, citra merek, dan *word of mouh* terdapat pengaruh parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya jika tingkat signifikan uji t $\geq 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa variabel harga, citra merek, dan *word of mouh* tidak terdapat pengaruh parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan $\alpha = 0,05$. Maka cara yang dilakukan adalah:

- a. Bila (P-Value) $< 0,05$ artinya variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

Bila (P-Value) $> 0,05$ artinya variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

5. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Untuk menguji kelayakan model yang dihasilkan dengan menggunakan uji F pada tingkat α sebesar 5%. Adapun kriteria pengujian

1. Jika nilai F Value $> 0,05$, maka model yang digunakan dalam penelitian yaitu harga, citra merek, dan *word of mouth* tidak layak dan tidak dapat dipergunakan anallisi berikutnya.
2. Jika nilai F Value $< 0,05$, maka model yang digunakan dalam penelitian yaitu harga, citra merek dan *word of mouth* layak dan dapat di pergunakan analisis berikutnya.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Semakin besar R^2 berarti semakin tepat persamaan perkiraan regresi linier tersebut dipakai sebagai alat prediksi, karena variasi perubahan variabel terikat yaitu keputusan pelanggan dapat dijelaskan oleh perubahan variabel bebas yang terdiri dari harga, citra merek dan *word of mouth*. Apabila nilai R^2 semakin dekat dengan satu, maka perhitungan yang dilakukan sudah dianggap cukup kuat dalam menjelaskan variabel bebas dengan variabel terikat.