

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Sesuai dengan judul penelitian ini yaitu pengaruh produk, harga, dan daya tarik iklan terhadap minat beli konsumen *handphone* OPPO di UMSurabaya, maka peneliti menggunakan metode kuantitatif. Menurut Fatihudin (2015:29), metode penelitian kuantitatif merupakan teknik analisis data yang digunakan dan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis. Sebab datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik. Penelitian pengaruh produk, harga dan daya tarik iklan terhadap minat beli *handphone* OPPO di UMSurabaya rumusan model yang digunakan adalah analisa regresi linear berganda karena menggunakan lebih dari satu variabel bebas yang diteliti.

#### **B. Identifikasi Variabel**

##### **1. Variabel Bebas**

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat atau disebut juga variabel independen (X). Ada pun yang menjadi variabel bebas adalah produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan daya tarik iklan ( $X_3$ ).

##### **2. Variabel Terikat**

Variabel terikat yang menunjukkan akibat dari variabel bebas atau variabel yang dipengaruhi yang disebut variabel dependen (Y). Adapun yang menjadi variabel terikat adalah minat beli konsumen (Y)

### C. Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan dari identifikasi variabel dan metode analisis yang akan dilakukan, maka untuk membatasi permasalahan yang ada dengan variabel bebas yang di atas dapat didefinisikan sebagai berikut :

#### 1. Produk ( $X_1$ )

Produk (*product*), adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada suatu pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Segala sesuatu yang termasuk ke dalamnya adalah barang berwujud, jasa, event, tempat, organisasi, ide ataupun kombinasi antara hal-hal yang baru saja disebutkan. Firmasyah (2018:152). *Handphone* OPPO memiliki keunggulan dalam produknya memiliki spesifikasi yang tinggi seperti : ketahanan baterai yang lama yaitu kurang lebih 13 jam pemakaian dengan kisaran waktu kurang lebih 3 jam untuk mengisi baterai (*charger*), layar lebar dan *responsive* yaitu sesuai dengan tipe yang dimiliki oleh *handphone* OPPO misalnya OPPO Realme 2 pro memiliki ukuran layar 6 inch,, performa oke, desain yang menarik, kamera depan belakang yang baik, dan juga fitur-fitur yang dimiliki *handphone* OPPO sangat menarik.

#### 2. Harga ( $X_2$ )

Harga (*price*), merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang

dapat diperoleh organisasi perusahaan. Firmansyah (2018:180). Harga yang diberikan perusahaan *handphone* OPPO memiliki varian sesuai dengan tipe-tipe *handphone* OPPO yang dikeluarkan oleh perusahaan, harga yang diberikan tidak terlalu tinggi sehingga harga *handphone* OPPO mudah untuk dijangkau oleh konsumen, mahasiswa UMSurabaya sebagai salah satu konsumen yang memilih *handphone* OPPO untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari khususnya untuk kepentingan perkuliahan.

### 3. Daya Tarik Iklan ( $X_3$ )

Menurut Harman.M (85-89), “iklan merupakan bentuk komunikasi yang diatur sedemikian rupa melalui dimensi informasi tentang kegunaan, keunggulan atau keuntungan suatu produk supaya menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian. *Handphone* OPPO telah dipastikan masuk ke pasar *smartphone* di Indonesia dalam waktu dekat ini. *Smartphone* ini muncul dalam tayangan *billboard* berukuran besar di sejumlah kota besar di Indonesia. Iklan *billboard* tersebut menampilkan keunggulan dan kelebihan *handphone* OPPO, ditambah dengan *brand ambassador* para artis cantik dan tampan sehingga *handphone* OPPO terlihat lebih menarik, tak hanya iklan dalam tampilan *billboard* saja namun iklan yang dibuat dalam bentuk media elektronik, media sosial, dan media cetak juga sangat menarik perhatian bukan hanya itu namun perusahaan OPPO juga melakukan promosi dalam bentuk even-even untuk memasarkan produknya sehingga konsumen muda tertarik untuk memiliki *handphone* OPPO.

#### 4. Minat Beli Konsumen (Y)

Kotler dan Amsrtrong (2010:250), mengatakan bahwa “Minat beli (niat beli) terhadap suatu produk karena adanya dasar kepercayaan terhadap produk yang diiringi dengan kemampuan untuk membeli produk”. Minat beli konsumen adalah suatu proses yang dijalani konsumen pada saat memutuskan apa, kapan, dimana, dan bagaimana melakukan pembelian. Hal ini adalah perilaku yang dilakukan oleh mahasiswa UMSurabaya saat memutuskan pembelian *handphone* OPPO sebagai pilihannya.

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

Terdapat dua cara untuk pengumpulan data yang akan diperlukan untuk melaukan analisis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

##### 1. Data Primer

Penulis menggunakan data primer, ialah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari objek penelitian Fatihudin (2015:116). Data ini diperoleh langsung dengan cara pengisian kuesioner dalam bentuk *hard copy* oleh mahasiswa UMSurabaya pengguna *handphone* OPPO. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan menggunakan alternatif jawaban sebagai berikut :

1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

2 = TS (Tidak Setuju)

3 = KS (Kurang Setuju)

4 = S (Setuju)

5 = SS (Sangat Setuju)

## 2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari iklan handphone OPPO yang dibuat oleh perusahaan OPPO melalui media iklan baik dalam media cetak, media elektronik dan media sosial.

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen atau unsur yang akan kita teliti Fatiudin (2015:64). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UMSurabaya, yaitu mahasiswa pengguna *handphone* OPPO sebanyak 110 mahasiswa dari 8 (delapan) Fakultas.

### 2. Sampel

Penelitian sampel (*sampling study*) dilakukan karena pertimbangan efisiensi biaya, waktu dan tenaga disamping bermaksud mereduksi objek penelitian serta melakukan generalisasi. Sampel harus mewakili seluruh karakteristik populasi. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UMSurabaya yang menggunakan *handphone* OPPO diambil sebanyak 110 mahasiswa dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan menggunakan Slovin. Penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* (mewakili) agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin

untuk sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Eror Margin (memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menetapkan besar sampel minimal berdasarkan tingkat kesalahn atau *margin of eror*)

e = (5%)

$$n = \frac{110}{1 + (110 \times 0,05)^2}$$

$$n = \frac{110}{1 + (110 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{110}{1 + 0,275} = n = \frac{110}{1,275} = 86,274$$

n= 86,274 disesuaikan oleh peneliti menjadi 86 responden.

#### **F. Teknik Pengolahan Data**

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Produk and Servise Solution*) versi 21, sehingga pemrosesan data berjalan secara otomatis dan kemudian diinterpretasikan hasilnya.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda karena dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependen).

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Ghazali (2013) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keselisihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah, untuk menguji validitas alat ukur terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Dalam menghitung validitas alat ukur yang digunakan rumus *Pearson Product Momen*.

$$r_{\text{hitung}} = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n \cdot \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

keterangan :

$r_{\text{hitung}}$  = Koefisien korelasi

$Xi$  = jumlah skor item

$Yi$  = jumlah skor total

$n$  = Jumlah responden

selanjutnya dihitung dengan uji t dengan rumus :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

keterangan :

t = Nilai  $t_{\text{hitung}}$

r = Koefisien korelasi hasil  $r_{\text{hitung}}$

n = Jumlah responden

Kaidah kepuasan : jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  berarti valid, sebaliknya : jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  berarti tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ditunjukkan oleh koefisien *Alpha Croanbach* Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan ketetapan pengukuran. Kategori koefisien reliabilitas adalah sebagai berikut :

- a.  $0,80 < \bar{\alpha} < 1,00$  reliabilitas sangat tinggi
- b.  $0,60 < \bar{\alpha} < 0,80$  reabilitas tinggi
- c.  $0,40 < \bar{\alpha} < 0,60$  reabilitas sedang
- d.  $0,20 < \bar{\alpha} < 0,20$  reabilitas sangat rendah (tidak reliabel)

Riduwan (2007) menyatakan bahwa rumus *alpha* adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

keterangan :

$r_{11}$  = Nilai realibilitas

$\sum Si$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item

St = Varians total

k = jumlah item



## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji multikolinieritas.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data tersebut mengikuti sebaran normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data tersebut mengikuti sebaran normal dapat dilakukan dengan sebagai metode diantaranya metode *Kolmogrov Smirnov*, dengan menggunakan SPSS 21 (Ghozali, 2013). Pedoman dalam mengambil keputusan apakah suatu distribusi data mengikuti distribusi normal adalah :

- a) Jika nilai signifikan (nilai probalitasnya) lebih kecil dari 5% maka distribusinya adalah normal.
- b) Jika nilai signifikan (nilai probalitasnya) lebih besar dari 5% maka distribusinya adalah normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menunjukkan adanya hubungan linier antar variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi. Salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan melihat besarnya *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi karena  $VIF = 1/tolerance$ . Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance*

$\leq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$  (Ghozali, 2013). Dapat disimpulkan bahwa sebelum menguji regresi harus menguji asumsi klasik terlebih dahulu yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan *variance* dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar) (Ghozali, 2013). Deteeksi ada tidaknya dilakukan dengan cara uji glejser yaitu meregresikan anantara independen dengan nilai absolut residualnya (ABS\_RES) mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

- a) Nilai probabilitas  $>0,05$  berarti bebas dari heteroskedastisitas.
- b) Nilai probabilitas  $<0,05$  berarti heteroskedastisitas.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresilinier berganda yaitu melihat pengaruh antara variabel bebas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan daya tarik iklan ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat minat beli konsumen (Y) dengan model persamaan sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Minat beli konsumen

A = Konstantan

$b_1$  = Koefisien regresi variabel (produk)

$b_2$  = Koefisien regresi variabel (harga)

$b_3$  = Koefisien regresi variabel (daya Tarik iklan)

$X_1$  = Variabel (produk)

$X_2$  = Variabel (harga)

$X_3$  = Variabel (daya tarik iklan)

e = Nilai standard error

sementara pengukuran yang ada dalam metode regresi linier berganda adalah koefisien korelasi merupakan cara yang digunakan untuk melihat derajat hubungan antar variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini menunjukkan kuat atau lemahnya hubungan antara produk, harga, dan daya tarik iklan terhadap minat beli konsumen secara simultan maupun secara parsial dari masing-masing variabel.

#### **4. Analisis koefisien determinan berganda ( $R^2$ ) dan koefisien korelasi berganda (R).**

Analisis koefisien determinan berganda digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel produk, harga, dan daya Tarik iklan secara parsial terhadap variabel terikat minat beli konsumen. Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan

variabel bebas (produk, harga, dan daya tarik iklan) secara parsial terhadap variabel terikat (minat beli konsumen).

Untuk menafsirkan tingkat koefisien korelasi dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Tabel Interval Koefisiensi Korelasi**

Interval Koefisiensi	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 – 1,000	Sangat Kuat

*Sumber : Sugiyono, (2011:231)*

## 5. Uji Hipotesis

### 1. Uji F (Uji Silmultan)

Uji F atau disebut dengan uji hipotesis silmultan adalah metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Persamaan yang digunakan dalam uji F adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

(Usman dan Akbar (2003))

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien determinan

$k$  = Jumlah variabel bebas

$n$  = Jumlah pengamatan

$F$  =  $F_{hitung}$  yang selanjutnya dibandingkan dengan  $F_{tabel}$

Adapun kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut :

- Hipotesis  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$
- Hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$

## 2. Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau yang disebut dengan uji hipotesis parsial adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menguji tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan dari koefisien regresi.

Persamaan yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{\beta}{S_b}$$

Keterangan:

t = Nilai uji t

$\beta$  = jumlah pengamatan

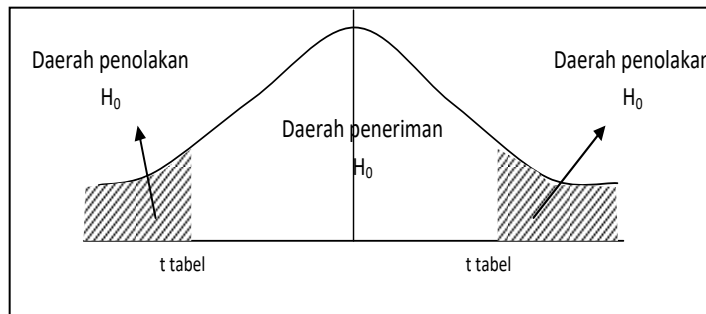
$S_b$  = Deviasi variabel

Dalam uji t menggunakan level of signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau  $\alpha = 0,05$

Adapun kriteria pengujian yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- Hipotesis  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$
- Hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  nilai signifikan  $< 0,05$

Gambar ini akan terlihat daerah penerimaan dan daerah penolakan hipotesis  $H_0$  dan  $H_1$ .



**Gambar 3.1** Daerah Penerimaan Dan Penolakan

$H_0$  ditolak jika harga mutlak  $t$  ( $t_{hitung}$ ) lebih besar dari  $t$  ( $t_{tabel}$ ) yang didapat dari  $t = 5\%$  ( $\alpha = 0,05$ ) artinya ada pengaruh antara hubungan antara dua variabel. Dan  $H_1$  ditolak jika  $t$  ( $t_{hitung}$ ) lebih kecil dari  $t$  ( $t_{tabel}$ ) yang didapat dari  $t = 5\%$  ( $\alpha = 0,05$ ) artinya tidak ada pengaruh antara hubungan antara dua variabel.