

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2015: 5). Menurut Subana dan Sudrajat (2005: 25) penelitian kuantitatif dilihat dari segi tujuan, penelitian ini dipakai untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, dan untuk menunjukkan hubungan antar variabel dan adapula yang sifatnya mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendiskripsikan banyak hal.

2. Alasan Pemilihan Desain

Alasan desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dinyatakan dengan angka atau skala numerik (Kuncoro, 2015:34). Jenis penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (Umar, 2014:90). Penelitian ini menjelaskan hubungan memengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti.

3. Waktu dan Tempat Penelitian

a. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada 15 Januari 2019 sampai 20 Februari 2019. Subyek yang diteliti adalah seluruh konsumen UD. Wardana Surodinawan kota Mojokerto. Waktu diadakan penelitian ini pagi hari sekitar jam 08.00 sampai dengan selesai.

b. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UD. Wardana tepatnya di Surodinawan Gang Tengah Kota Mojokerto. Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian karena UD. Wardana merupakan produsen sepatu yang terkenal dengan kualitas produknya.

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian baik terdiri dari benda yang nyata, abstrak, peristiwa ataupun gejala yang merupakan sumber data dan memiliki karakter tertentu dan sama (Sukandarrumidi, 2014:47). Menurut Widayat (2014:93) populasi merupakan keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum, yang merupakan wilayah (dimana) penelitian tersebut akan digeneralisasi. Berdasarkan uraian di atas maka populasi pada penelitian ini ditetapkan suatu kriteria dan karakteristik tertentu yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UD. Wardana Surodinawan Mojokerto yang telah bersedia dan kemudian kita catat untuk dijadikan responden pada bulan februari dengan jumlah 150 orang. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah menggunakan sampel *non-probability*. Dan teknik *non-probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu . Purposive sampling adalah purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2011:86) Pertimbangan yang digunakan untuk memilih responden dalam penelitian ini adalah:

- a. Responden dalam penelitian ini adalah orang yang sedang membeli sepatu dan yang sesudah membeli sepatu boots di UMKM UD.

WARDANA Surodinawan, Kota Mojokerto dan orang tersebut bersedia kemudian kita catat untuk dijadikan bahan penelitian.

- b. Konsumen yang sudah percaya dengan kualitas produk dan brand image sepatu merek boots di UMKM UD. WARDANA Surodinawan Kota Mojokerto yang kemudian kita jadikan responden juga.

Sampel merupakan perwakilan dari populasi dengan karakteristik tertentu, yang dapat mewakili keadaan populasi yang sebenarnya (Suparyanto, 2015:98). Selain itu, sampel dapat didefinisikan sebagai sekumpulan data yang diambil atau dipilih dari suatu populasi (Santoso, 2014:90). Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus Slovin. Berikut adalah rumus tersebut :

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\&= \frac{150}{1 + 150 (0,05)^2} \\&= \frac{150}{1,375} \\&= 109,09\end{aligned}$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

d: batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dari jumlah populasi penelitian yang berjumlah 150 orang kemudian dihitung menggunakan rumus di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 109 responden.

C. Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan kebutuhannya (Sugiyono, 2013: 14) yaitu:

- a. Data kualitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar. Dalam hal ini peneliti menggunakan ketiga hal tersebut untuk menyajikan data dengan sebaik-baiknya agar dapat dimengerti. Misalnya: Gambaran mengenai karakteristik responden.
- b. Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data ini dibutuhkan untuk menganalisis hasil penelitian yang mempergunakan skala Likert. Misalnya: data kuisisioner yang telah ditabulasi dan jumlah responden.

2. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data (Sugiyono, 2013: 64). Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil kuisisioner dari variabel bebas (X) dan terikat (Y).

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Data sekunder dalam penelitian adalah gambaran umum tentang lokasi penelitian.

D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Agar penelitian skripsi ini lebih terarah, maka perlu ditentukan variabel-variabel yang akan diteliti. Sugiyono (2014:142) mendefinisikan variabel sebagai suatu simbol yang berisi suatu nilai. Di sini variabel yang diteliti terdiri dari dua bagian, yaitu variabel bebas (Independent Variabel) dan Variabel Terikat (Dependent Variabel).

a. Variabel Bebas/Independen (Independent Variabel)

Variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel bebas adalah kualitas produk, desain produk, harga dan *brand image* yang dilambangkan dengan variabel X.

b. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Yakni variabel yang kondisinya dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam skripsi ini yang termasuk variabel terikat adalah keputusan pembelian yang dilambangkan dengan variabel Y.

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah batasan pengertian yang dijadikan pedoman untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan, misalnya penelitian. Oleh karena itu, definisi ini disebut juga definisi kerja karena dijadikan pedoman untuk melaksanakan suatu penelitian atau pekerjaan tertentu. Definisi operasional dari masing-masing variabel adalah:

No	Variabel	Definsi Operasional Variabel	Indikator
1.	Kualitas Produk (X_1)	Kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil.	1) Bentuk (<i>form</i>) 2) Fitur (<i>feature</i>) 3) Kualitas kinerja (<i>performance quality</i>) 4) Kesan kualitas (<i>perceived quality</i>) 5) Ketahanan (<i>durability</i>) 6) Keandalan (<i>reability</i>) 7) Kemudahan perbaikan (<i>repairability</i>) 8) Gaya (<i>style</i>) 9) Desain (<i>design</i>)
2.	Desain Produk (X_2)	Desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan. Desain produk berfungsi untuk membedakan satu produk dengan produk lain.	1) Ciri-ciri 2) Kinerja 3) Mutu Kesesuaian 4) Daya Tahan (<i>Durability</i>) 5) Daya Uji (<i>Reliabilitas</i>) 6) Kemudahan Perbaikan (<i>Repairability</i>) 7) Model (<i>Style</i>)

No	Variabel	Definsi Operasional Variabel	Indikator
3.	Harga (X_3)	Harga sebuah produk dan jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar. Harga sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Terjangkau 2) Sesuai dengan kualitas 3) Bersaing 4) Setara dengan manfaat yang diberikan
4.	<i>Brand Image</i> (X_4)	<i>Brand Image</i> adalah persepsi tentang merek yang digambarkan oleh asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen. <i>Brand Image</i> adalah konsep yang diciptakan oleh konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kualitas merek 2) Merek sangat familier sesuai dengan manfaatnya 3) Kemudahan dalam memperoleh 4) Merek mudah dikenali, dapat diingat dan kemasan menarik 5) Variasi produk 6) Produk bagus
5.	Keputusan Pembelian (Y)	keputusan pembelian adalah dimana pembeli/calon pembeli sudah menentukan pilihannya dan kemudian membeli produk tersebut lalu mengkonsumsinya.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk 2) Keinginan mencoba 3) Kemantapan akan kualitas suatu produk 4) Keputusan pembelian ulang

E. Instrumen Penelitian

Adapun instrument dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Validitas merupakan drajad ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2014:267). Adapun caranya adalah

dengan membandingkan r hitung dengan r-tabel *Product Moment*. Jumlah responden dalam uji validitas ini sebanyak 109 orang, sehingga diperoleh nilai r *Product Moment* sebesar 0.1882 dengan tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikan 5%. Apabila r hitung lebih besar dari r-tabel maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

2. Uji Realibilitas

Reliabilitas (*reliability*) adalah tingkat seberapa besar suatu pengukur mengukur dengan stabil dan konsisten. Besarnya tingkat reliabilitas ditunjukkan oleh koefisiennya, yaitu koefisien reliabilitas. Teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas pengamatan adalah Cronbach Alpha dengan cara membandingkan nilai alpha dengan standarnya, dengan ketentuan jika:

- a) Nilai Cronbach Alpha 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliable
- b) Nilai Cronbach Alpha 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliable
- c) Nilai Cronbach Alpha 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliable
- d) Nilai Cronbach Alpha 0,61 s.d. 0,80, berarti reliable
- e) Nilai Cronbach Alpha 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

Pengujian tingkat reliabilitas menggunakan program *SPSS for Windows* Versi 25.

F. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda, teknik tersebut dijelaskan secara ringkas untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara kualitas produk (X_1), desain produk (X_2), harga (X_3) dan *brand image* (X_4) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) digunakan analisis regresi linier berganda. Adapun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

dimana:

Y = keputusan pembelian

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi variabel kualitas produk

X_1 = kualitas produk

b_2 = koefisien regresi variabel desain produk

X_2 = desain produk

b_3 = koefisien regresi variabel harga

X_3 = harga

b_4 = koefisien regresi variabel *brand image*

X_4 = *brand image*

e = margin eror

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance atau variance inflation factor (VIF). Jika ada tolerance lebih dari 10% atau VIF kurang dari 10% maka dikatakan tidak ada multikolinearitas (Ghozali, 2014:116).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji glejser. Metode ini dilakukan dengan

meregresi nilai absolut residual (Abut) terhadap variable bebas. Jika tidak ada satupun variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap nilai absolut residual, maka tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2014:117).

c. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi tidak normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2014:122). Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan statistik Kolgomorov-Smirnov.

Alat uji ini biasa disebut dengan K-S yang tersedia dalam program SPSS 25.00 For Windows. Kriteria yang digunakan dalam tes ini adalah dengan membandingkan antara tingkat signifikansi yang didapat dengan tingkat alpha yang digunakan, dimana data tersebut dikatakan berdistribusi normal bila $\text{sig} > \alpha$ (Ghozali, 2014:123).

d. Uji Autokorelasi

Secara harfiah autokorelasi berarti adanya korelasi antara pelanggan observasi satu dengan observasi lain yang berlainan waktu. Dalam kaitannya dengan asumsi metode kuadrat terkecil (OLS), autokorelasi merupakan korelasi antara satu residual dengan residual yang lain sedangkan satu asumsi penting metode OLS berkaitan dengan residual adalah tidak adanya hubungan antara residual satu dengan residual yang lain.

Dengan kata lain, autokorelasi terjadi karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Apabila terdapat masalah autokorelasi, untuk mengatasinya, maka perlu dilakukan tindakan perbaikan yaitu transformasi variabel dengan menggunakan

metode estimasi ρ (rho) yang didasarkan pada statistik d Durbin-Watson (Gujarati, 2015:201).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Durbin-Watson (DW) atau sering disebut uji statistik d . Apabila nilai DW berada di sekitar angka 2 atau antara 1,54 – 2,90 (Winarno, 2015:111) berarti model regresi kita aman dari kondisi heteroskedastisitas atau apabila nilai DW terletak di antara d_U dan $4-d_U$ maka disimpulkan tidak ada autokorelasi.

e. Uji Linieritas

Pasangan nilai X dan Y yang diwujudkan dalam bentuk titik (X, Y) disebut koordinat. Kalau koordinat-koordinat ini dihubungkan satu sama lain secara berurutan maka akan terbentuk satu garis, maka garis lurus tersebut dinamakan fungsi linier. Namun kalau tidak membentuk garis lurus, garis regresinya dinamakan fungsi non-linier. Fungsi linier dapat menunjukkan bentuk hubungan yang positif atau negatif.

Secara geometris linieritas dapat diartikan sebagai garis lurus yang bisa memiliki nilai positif atau negatif. Suatu linieritas regresi dikatakan positif manakala setiap kenaikan variabel bebas (X) selalu diikuti dengan kenaikan variabel terikat (Y) sehingga garisnya bergerak dari kiri bawah ke kanan atas. Sebaliknya, jika setiap kenaikan variabel bebas (X) selalu diikuti dengan penurunan variabel terikat (Y) sehingga garisnya bergerak dari kiri atas ke kanan bawah, maka linieritasnya dikatakan negatif. Linieritas regresi juga dapat dibedakan menjadi linieritas variabel dan linieritas parameter.

Linieritas parameter muncul karena adanya parameter β_0 sebagai nilai (Y) manakala nilai (X) = 0 atau manakala nilai (X) konstan yang sekaligus juga bisa menunjukkan titik perpotongan antara fungsi linier

dengan sumbu Y sehingga sering disebut sebagai intersep Y yang bisa memiliki nilai positif, negatif atau sama dengan nol. Jika intersep positif berarti nilai Y lebih besar dari nol sehingga titik perpotongan antara fungsi linier dengan sumbu Y akan berada di atas sumbu X, namun jika negatif berarti nilai Y lebih kecil dari nol sehingga titik perpotongan antara fungsi linier dan sumbu Y akan berada di bawah sumbu X. Jika intersep Y sama dengan nol maka titik perpotongan fungsi linier dengan sumbu Y akan berada tepat di titik pertemuan antara sumbu Y dengan sumbu X atau pada titik nol.

Selain parameter β_0 juga terdapat parameter β_1 atau linieritas variabel yang akan membentuk tangen sudut atau slope antara fungsi linier dengan sumbu X sehingga dapat menggambarkan tingkat kemiringan fungsi linier. Banyaknya parameter β yang dapat membentuk tangen sudut atau slope tergantung pada banyaknya variabel bebas atau variabel yang dapat mempengaruhi perubahan variabel terikat. Penentuan posisi nilai parameter β_0 dan β_1 dapat menentukan bentuk garis regresi dan hubungan antar variabelnya, apakah garis regresinya berbentuk garis lurus sehingga hubungan antara variabelnya merupakan fungsi linier atau tidak linier.

3. Uji Hipotesis

a. Uji F

Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig, jika probabilitas $< 0,05$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat dan model regresi bisa dipakai untuk memprediksi variabel terikat. Atau jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat

pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig (significance). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Atau jika probabilitas nilai t atau signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.