

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini pada Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Jalan. Gajayana dengan respondennya adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang yang menggunakan Ponsel Blackberry.

3.2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan proses penelitian, penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif. Menurut Asep, (2004:14) penelitian Kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan statistika inferensial. Statistika inferensial adalah metode yang berhubungan dengan analisis data pada sampel dan hasilnya dipakai untuk generalisasi pada populasi. Penggunaan statistik inferensial didasarkan pada peluang dan sampel yang dianalisis diperoleh secara acak, (Nisfiannoor, 2009: 10).

Statistika inferensial dibagi menjadi dua yaitu statistika parametrik dan statistika nonparametrik. Pada penelitian ini termasuk statistika parametrik karena menggunakan data interval. statistika parametrik adalah teknik statistika parametrik didasarkan pada asumsi bahwa data yang

diambil mempunyai distribusi normal dan jenis data yang digunakan interval dan rasio, (Nisfiannoor, 2009: 10).

3.3. Populasi dan Sampel

1. Populasi penelitian

Populasi adalah keseluruhan dari jumlah yang akan diamati atau diteliti, (Nisfiannoor, 2009: 5). Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang yaitu 1396 dan populasi kajiannya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang yang menggunakan ponsel blackberry yaitu 90 Mahasiswa.

2. Sampel penelitian

Sampel adalah sebagian yang diambil dari satu populasi, statistik yang dihitung berdasarkan sampel besar (> 30 sampel) akan lebih tepat daripada yang dihitung dari sampel kecil (< 30 sampel), (Nisfiannoor, 2009: 5). Sampel pada penelitian ini lebih besar dari 30 sampel, dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Slovin dengan nilai kritis sebesar 0,05. Dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 74 Mahasiswa, (Bambang dan Lina 2005: 137-138). Berikut hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1+N_{e^2}} = \frac{90}{1+90_{(0,05)^2}} = 73,469388 = 74$$

Keterangan:

n = besaran sampel

N = besaran populasi

E = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan peneliti)

3.4. Data dan Sumber Data

Data adalah bentuk jamak dari *datum* yang berarti “banyak”. Data merupakan kumpulan fakta, keterangan, atau angka-angka, yang dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan, (Susetyo 2010:12). Data dapat dibedakan dalam beberapa golongan tergantung dari sudut mana memandangnya. Berikut jenis data pada penelitian ini:

1. Berdasarkan Bentuk Data

Berdasarkan bentuk data, data penelitian ini termasuk data bentuk kualitatif. Berdasarkan bentuk data dapat dibedakan menjadi data bentuk kualitatif dan kuantitatif, (Susetyo 2010:14). Karena pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan statistika dan data pada statistika menganalisis data menggunakan teknik dan rumus matematis maka data penelitian ini diubah menjadi data kuantitatif. Menurut Ashari dan Santosa, (2005: 3) pada statistik menganalisis data dengan menggunakan teknik statistik maka data tersebut harus dibuat menjadi data kuantitatif, untuk transformasi data dari kualitatif menjadi kuantitatif harus memperhatikan atribut data tersebut.

2. Berdasarkan Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, terdapat data *intern* dan *ekstern*. Pada penelitian ini datanya termasuk data *intern*. Data *intern* adalah data yang

diperoleh dari sumbernya secara langsung, dan data *ekstern* adalah data yang diperoleh dari sumber lain, (Susetyo 2010:14).

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka peneliti menggunakan beberapa metode, yaitu daftar pertanyaan (*questioner*), wawancara dan dokumentasi.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, (Sugiono, 2002:104). Data kuesioner terlampir.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atas variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya, (Arikunto 2006: 236). Dalam penelitian ini digunakan untuk mencari data dan informasi tentang ponsel blackberry di surat kabar atau media elektronek menyajikan informasi.

3. Berdasarkan Level

Berdasarkan Level terdapat data nominal, ordinal, interval dan rasio. Pada penelitian ini menggunakan data interval karena bentuk data pada penelitian ini mempunyai ciri nominal dan ordinal dan jarak angka mewakili jarak yang sama. Data interval adalah data yang mempunyai ciri nominal dan ordinal, jarak angka mewakili jarak yang

sama dan dapat ditambahkan dan dikurangi serta tidak memiliki nol mutlak, (Nisfiannoor, 2009: 11).

3.6. Definisi Operasional Variabel

Dasar penyusunan Definisi Operasional Variabel adalah teori-teori yang telah disusun pada bab 2 dalam proposal penelitian. Teori-teori tersebut dikritisi dan dilakukan justifikasi atau dioperasionalkan dalam bentuk variabel, maka dari itulah disebut dengan definisi operasional.

1. Variabel bebas (*independent*)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab perubahan atau munculnya variabel terikat, (Nisfiannoor, 2009: 7). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah atribut produk yang terdiri dari:

- a. Merek : merupakan nama, istilah, tanda, simbol/lambang, desain, warna, gerak atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing.
- b. Kemasan : kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus bagi sebuah produk.
- c. Label: merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual.
- d. Layanan pelengkap: *Order taking*, meliputi aplikasi keanggotaan di klub atau program tertentu; jasa langganan; jasa yang berbasis kualifikasi

- e. Garansi : janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, dimana para konsumen akan diberi ganti rugi bila produk ternyata tidak bisa berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan.

2. Variabel terikat (*Dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel bebas, (Nisfiannoor, 2009: 7). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah keputusan konsumen dalam memilih ponsel Blackberry. Dalam proses keputusan pada evaluasi berbagai alternatif pembelian konsumen akan menaruh perhatiannya kepada atribut-atribut itu yang berkenaan dengan kebutuhan-kebutuhan mereka (Philip Kotler dkk, 2004: 223).

Tabel: 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Atribut Produk (X)	Merek Ponsel Blackberry (X1)	1. Simbol/ lambang merek ponsel Blackberry mudah dikenal dan diingat. 2. Istilah merek ponsel Blackberry singkat dan sederhana. 3. Desain merek ponsel Blackberry bagus.
	Kemasan ponsel Blackberry (X2)	1. Kemasan ponsel Blackberry dirancang secara cermat sehingga bisa menimbulkan nilai kecocokan bagi konsumen. 2. Kemasan ponsel Blackberry memberikan kemudahan dalam menggunakan 3. Kemasan ponsel Blackberry memberikan kemudahan penyimpanan
	Label ponsel Blackberry (X3)	1. Label ponsel Blackberry memberikan informasi cara menggunakan ponsel Blackberry 2. Label ponsel Blackberry memberikan informasi cara merawat ponsel Blackberry
	Layanan pelengkap ponsel Blackberry (X4)	1. Aplikasi keanggotaan di klub <i>Black Berry Messenger</i> (BBM) mempermudah berkomunikasi sesama pengguna ponsel Blackberry. 2. Aplikasi keanggotaan di klub <i>Black Berry Messenger</i> (BBM) mempermudah mengirim gambar sesama pengguna ponsel

		Blackberry. 3. Aplikasi keanggotaan di klub <i>Black Berry Messenger</i> (BBM) mempermudah mengirim data sesama pengguna ponsel Blackberry. 4. Aplikasi keanggotaan di klub <i>Black Berry Messenger</i> (BBM) mempermudah mengirim pesan suara sesama pengguna ponsel Blackberry. 5. Aplikasi keanggotaan di klub <i>Black Berry Messenger</i> (BBM) mempermudah mengirim <i>contact</i> sesama pengguna ponsel Blackberry
	Garansi ponsel Blackberry (X5)	1. Ponsel Blackberry adalah ponsel yang berkualitas 2. Kemudahan dalam mencari tempat reparasi ponsel Blackberry. 3. Apabila terjadi kerusakan pada Ponsel Blackberry mendapatkan reparasi gratis dalam jangka satu tahun setelah pembelian.
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian ponsel Blackberry (Y)	1. Variabel merek menjadi pertimbangan mengambil keputusan pembelian ponsel Blackberry 2. Variabel kemasan menjadi pertimbangan mengambil keputusan pembelian ponsel Blackberry 3. Variabel label menjadi pertimbangan mengambil keputusan pembelian ponsel Blackberry 4. Variabel Layanan pelengkap yaitu aplikasi keanggotaan di klub <i>Black Berry Messenger</i> (BBM) menjadi pertimbangan mengambil keputusan pembelian ponsel Blackberry 5. Variabel garansi menjadi pertimbangan mengambil keputusan pembelian ponsel Blackberry

Sumber: Data Diolah

3.7. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, untuk mengukur variabel-variabel bebas (atribut produk), dan variabel terikat (keputusan pembelian), digunakan skala likret dengan pembobotan sebagai berikut:

1. Jawaban SS (sangat setuju) diberi bobot 5
2. Jawaban S (setuju) diberi bobot 4
3. Jawaban RR (ragu-ragu) diberi bobot 3
4. Jawaban TS (tidak setuju) diberi bobot 2
5. Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi bobot 1

3.8. Uji Instrumen

Analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, yang berupa item-item pertanyaan dalam kuesioner. Setelah itu, analisis dilanjutkan dengan menggunakan uji regresi linear berganda, dimana variabel terikatnya (Y) adalah keputusan pembelian, dan variabel bebasnya adalah atribut produk (X), yang terdiri dari merek (X1), kemasan (X2), label (X3), Layanan pelengkap (X4) dan garansi (X5).

1. Uji Validitas

Uji *validitas* adalah untuk mengetahui apakah alat yang dibuat telah memenuhi validitas isi, apakah butir-butir yang ada mewakili sesuatu yang akan diukur, (Nisfiannoor, 2009: 213).

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

X = Skor item

Y = skor total

XY = skor pertanyaan

N = jumlah responden untuk diuji coba

R = korelasi *product moment*

Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut Sudarmanto, (2005:89) “Dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi *r* diatas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut Valid sebaliknya bila korelasi *r* di bawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa

butir instrumen tersebut tidak valid sehingga perlu dieliminir atau diperbaiki sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Definisi reliabilitas dapat diketahui dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan menurut Kerlinger dalam Nisfiannoor, (2009: 215): jika mengukur suatu objek yang sama berulang kali dengan instrumen yang sama atau mirip, apakah akan mendapatkan hasil yang sama, apakah ukuran-ukuran yang diperoleh dari suatu instrumen pengukuran adalah ukuran yang sebenarnya untuk sifat yang diukur itu, berapa besar peyimpangan yang diperoleh dari instrumen pengukuran yang digunakan. Untuk mengetahui suatu alat ukur itu reliabilitas dapat diuji dengan menggunakan rumus Alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \alpha_1^2$ = jumlah varians

α_1^2 = Varians total

Apabila variabel yang diteliti mempunyai koefisien alpha (α) > 0,300 maka variabel tersebut dikatakan reliablilitas sebaliknya koefisien alpha (α) < 0,300 maka variabel tersebut dikatakan tidak *reliable*, (Sudarmanto, 2005:89).

2.8. Metode Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier berganda

Persamaan regresi linier berganda adalah menyangkut hubungan antara sebuah variabel tidak bebas dengan dua atau lebih variabel bebas, (Mangkuatmodjo, 2004 : 258). Bentuk umum persamaan regresi linier berganda ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel keputusan pembelian

b = Konstanta perubahan variabel X terhadap Y

a = Koefisien konstanta

X = Variabel atribut produk

E = Error (tingkat kesalahan)

a) Uji F (F-Hitung) atau Uji simultan

Uji F digunakan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5) dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel terikat (Y), (Suharyadi dan Purwanto, 2009:22).

Untuk mengetahui apakah semua variabel bebas memiliki koefisien regresi sama dengan nol pada penelitian ini maka perlu dilakukan uji F yaitu dengan langkah:

1. Menyusun hipotesis

Dalam menyusun hipotesis, selalu ada hipotesis nol selalu mengandung unsur kesamaan, sehingga dapat dirumuskan hipotesis nol adalah koefisien regresi tidak sama dengan nol. Variabel bebas yang terdiri dari X1, X2, X3, X4, dan X5 dikatakan secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel terikat (Y) apabila nilai koefisien X1, X2, X3, X4, dan X5 tidak sama dengan nol, apabila sama dengan nol maka dikatakan tidak mampu mempengaruhi variabel Y, (Suharyadi dan Purwanto, 2009:225-226). Berikut hipotesis penelitian ini:

$$H_0 : X1 = X2 = X3 = X4 = X5 = 0$$

Keterangan: Tidak ada pengaruh secara bersama-sama dari variabel bebas atribut produk ponsel Blackberry (X) yang terdiri dari merek (X1), kemasan (X2), label (X3), layanan pelengkap (X4), dan garansi (X5) terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

$$H_1 : X1 \neq X2 \neq X3 \neq X4 \neq X5 \neq 0$$

Keterangan: Ada pengaruh secara bersama-sama dari variabel bebas atribut produk ponsel Blackberry (X) yang terdiri dari merek (X1), kemasan (X2), label (X3), layanan pelengkap (X4), dan garansi (X5) terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

2. Menentukan daerah keputusan

Dalam menentukan daerah keputusan dilakukan dengan mencari nilai F. Untuk mencari tabel perlu diketahui derajat bebas pembilang pada kolom, derajat bebas penyebut pada baris, dan taraf nyata. Umumnya ada dua taraf nyata yang dipakai, yaitu 1% lebih baik digunakan untuk ilmu pasti dan 5% dapat digunakan untuk ilmu sosial. Derajat pembilang jumlah variabel dikurangi 1. Untuk daerah penyebut menggunakan jumlah sampel dikurangi jumlah variabel, (Suharyadi dan Purwanto, 2009:226).

Uji F pada penelitian ini menggunakan taraf nyata 5% karena meneliti ilmu sosial, derajat pembilang variabel dikurangi 1 yaitu 4 ($5-1=4$), dan derajat penyebut jumlah sampel dikurangi jumlah variabel yaitu 69 ($74-5=69$).

3. Menentukan nilai F-hitung

Nilai f-hitung ditentukan dengan rumus:

$$F = \frac{R^2 / (K - 1)}{(1 - R^2)(n - 3)}$$

Dalam penelitian ini dalam analisis regresi berganda menggunakan aplikasi SPSS maka dari itu f hitung dapat di dapat dari hasil analisis regresi berganda menggunakan aplikasi SPSS.

4. Menentukan daerah keputusan

Menentukan wilayah H_0 dan H_1 , serta membandingkan dengan nilai F-hitung untuk mengetahui apakah menerima H_0 atau menerima H_1 .

5. Memutuskan hipotesis

Memutuskan hipotesis ini menjelaskan kesimpulan dari empat tahap diatas apakah variabel atribut produk yang terdiri dari merek (X1), kemasan (X2), label (X3), layanan pelengkap (X4), dan garansi (X5) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y) atau tidak.

b) Uji parsial / Uji t (t- hitung)

Uji parsial digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara individu atau parsial, (Suharyadi dan Purwanto, 2009:22). sebagai berikut:

Untuk mengetahui suatu variabel secara parsial berpengaruh atau tidak maka menggunakan beberapa langkah berikut:

1. Menentukan Hipotesis

Variabel bebas yang terdiri dari X1, X2, X3, X4, dan X5 dikatakan secara berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (Y) apabila nilai koefisien X1, X2, X3, X4, dan X5 tidak sama dengan nol, apabila sama dengan nol maka dikatakan tidak berpengaruh terhadap variabel Y, (Suharyadi dan Purwanto, 2009:225-226).

Berikut hipotesis penelitian ini:

1). $H_0 : X1 = 0$

Keterangan: tidak ada pengaruh secara parsial dari variabel bebas merek (X1) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

$$H_1 : X1 \neq 0$$

Keterangan: ada pengaruh secara parsial dari variabel bebas merek (X1) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

2). $H_0 : X2 = 0$

Keterangan: tidak ada pengaruh secara parsial dari variabel bebas kemasan (X2) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

$$H_1 : X2 \neq 0$$

Keterangan: ada pengaruh secara parsial dari variabel bebas kemasan (X2) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

3). $H_0 : X3 = 0$

Keterangan: tidak ada pengaruh secara parsial dari variabel bebas label (X3) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

$$H_1 : X3 \neq 0$$

Keterangan: ada pengaruh secara parsial dari variabel bebas label (X3) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

4). $H_0 : X4 = 0$

Keterangan: tidak ada pengaruh secara parsial dari variabel bebas layanan pelengkap (X4) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

$$H_1 : X_2 \neq 0$$

Keterangan: ada pengaruh secara parsial dari variabel bebas layanan pelengkap (X4) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

5). $H_0 : X_5 = 0$

Keterangan: tidak ada pengaruh secara parsial dari variabel bebas garansi (X5) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

$$H_1 : X_5 \neq 0$$

Keterangan: ada pengaruh secara parsial dari variabel bebas garansi (X5) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

2. Memutuskan daerah kritis

Daerah kritis ditentukan oleh nilai t-tabel dengan derajat bebas jumlah sampel dikurangi jumlah variabel dan taraf nyata α serta menentukan uji dua arah atau satu arah, (Suharyadi dan Purwanto, 2009:225-226).

Uji t pada penelitian ini derajat bebasnya adalah 69 dari jumlah sampel dikurangi jumlah variabel ($74-5= 69$), taraf nyatanya 5% dan melakukan uji dua arah. Karena menggunakan dua uji arah maka ujungnya da dua yaitu $5\%/2 = 2,5\% = 0,025$.

3. Menentukan nilai t-hitung

Nilai t-hitung ditentukan dengan rumus sebagai berikut, (Suharyadi dan Purwanto, 2009:225-226):

$$t - \text{hitung} = \frac{b - B}{S_b}$$

Dalam penelitian ini dalam analisis regresi berganda menggunakan aplikasi SPSS maka dari itu t hitung dapat di dapat dari hasil analisis regresi berganda menggunakan aplikasi SPSS.

4. Menentukan daerah keputusan

Daerah keputusan untuk menerima H_0 atau menolak H_0 dengan derajat bebas dan taraf nyata untuk uji dua arah, (Suharyadi dan Purwanto, 2009:225-226). Uji f penelitian ini derajat bebasnya adalah 69 dengan taraf nyata 5% dan menggunakan uji dua arah.

5. Menentukan keputusan

Dalam memutuskan hipotesis ini menjelaskan kesimpulan dari empat tahap diatas yaitu:

- a. Apakah variabel merek (X1) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y)?
- b. Apakah variabel kemasan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y)?
- c. Apakah variabel label (X3) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y)?
- d. Apakah variabel layanan pelengkap (X4) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y)?
- e. Apakah variabel garansi (X5) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y)?