

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan cara menjabarkan semua data yang dikumpulkan untuk gambaran yang objektif. Metode deskriptif kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisa data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan [21]. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden. Kemudian data diubah menjadi data kuantitatif untuk memudahkan dalam pengolahan data kedalam program SPSS.

#### **3.2. Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di STIE-Mikroskil di Jalan Thamrin No. 112, 124, dan 120, Medan. Dan objek penelitian yaitu Mahasiswa Program Studi Manajemen.

#### **3.4. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data [21]. Penulis menggunakan dua teknik pengambilan data dalam penelitian, yaitu:

##### **3.4.1. Penelitian Lapangan (Data Primer)**

Data Primer dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan seperangkat daftar pertanyaan yang disusun untuk diajukan kepada responden untuk dijawab [21]. Tujuannya agar responden dapat memberikan jawaban secara tertulis karena adanya keterbatasan waktu. Penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert adalah digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial

[21]. Skala Likert merupakan jenis skala responden psikometri, sering digunakan dalam kuesioner dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam penelitian survey. Ketika menanggapi item kuesioner Likert, responden menentukan tingkat perjanjian sebuah pernyataan. Sebuah soal tes yang khas dalam skala Likert adalah sebuah pernyataan. Responden diminta untuk menunjukkan pilihannya dengan pernyataan atau jenis evaluasi subyektif atau tujuan dari pernyataan tersebut. Jawaban dari responden akan diberi bobot. Bobot yang digunakan dalam skala Likert sebagai berikut:

**Tabel 3.2. Skala Likert**

Pilihan	Skala Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

### 3.4.2. Studi Kepustakaan (Data Sekunder)

Bentuk penelitian ini untuk mendapatkan teori-teori pendukung dalam menganalisa data dan sebagai landasan teori. Apakah data diperoleh melalui membaca buku, internet, dan sumber data lainnya. Termasuk data-data dari perusahaan yaitu gambaran tentang perkembangan *market share* produk yang dimiliki perusahaan, gambaran dan sejarah perusahaan. Data sekunder akan digunakan sebagai panduan dan bahan pertimbangan dari pada apa yang terjadi di lapangan.

### 3.5. Definisi Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel adalah deskripsi tentang satu jalan tertentu dimana akan diukur variabel dependen. Definisi operasional diperlukan sehingga pembaca akan tahu persis apa variabel yang akan digunakan yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat), dan bagaimana hal itu

diukur. Berdasarkan pada teori-teori yang diuraikan, maka variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

- Variabel  $X_1$  : Produk (Variabel Bebas)
- Variabel  $X_2$  : Harga (Variabel Bebas)
- Variabel  $X_3$  : Tempat/Lokasi (Variabel Bebas)
- Variabel  $X_4$  : Promosi (Variabel bebas)
- Variabel  $X_5$  : Gaya Hidup konsumen (Variabel Bebas)
- Variabel Y : Keputusan Pembelian (Variabel Terikat)

#### 1. Produk.

Produk adalah segala sesuatu yang meliputi jenis, kualitas, kuantitas, desain, ciri, nama merek, kemasan, dan ukuran yang digunakan oleh Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE-Mikroskil Medan berdasarkan kebutuhan ataupun keinginan mereka.

#### 2. Harga

Harga adalah jumlah nominal dari *smartphone* Samsung yang harus dikorbankan dan dibayarkan oleh Mahasiswa Program Studi STIE-Mikroskil Medan untuk memperoleh tipe *smartphone* Samsung yang sesuai dengan keinginan mereka.

#### 3. Lokasi.

Lokasi merupakan tempat penyampaian produk *smartphone* Samsung dari produsen sampai kepada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE-Mikroskil Medan.

#### 4. Promosi

Promosi adalah proses komunikasi yang dilakukan produsen *smartphone* Samsung memberikan informasi yang bersifat membujuk, merayu, dan merangsang kepada mahasiswa sebagai sebuah pendekatan agar mereka mau membeli produk. Dalam penelitian ini promosi ditujukan untuk memperkenalkan produk *smartphone* Samsung kepada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE-Mikroskil Medan.

#### 5. Gaya Hidup Konsumen.

Gaya hidup adalah *style* mahasiswa yang diekspresikan dalam gengsi, mode, dan keinginannya dalam menggunakan produk *smartphone* agar terlihat berbeda dari orang lain.

#### 6. Keputusan Pembelian.

Keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai tipe *smartphone* Samsung sesuai dengan kepentingan dan keinginan mahasiswa. Pada penelitian ini, keputusan pembelian yang dimaksud adalah perilaku pembelian produk *smartphone* Samsung oleh Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE-Mikroskil Medan.

**Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala pengukuran
Produk ( $X_1$ )	Produk adalah segala sesuatu yang meliputi jenis, kualitas, kuantitas, desain, ciri, nama merek, kemasan, dan ukuran yang digunakan oleh Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE-Mikroskil Medan berdasarkan kebutuhan ataupun keinginan mereka.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merek produk sudah dikenal.</li> <li>2. Produk lebih mudah digunakan.</li> <li>3. Produk yang ditawarkan berkualitas.</li> </ol>	Likert
Harga ( $X_2$ )	Harga adalah jumlah nominal dari <i>smartphone</i> Samsung yang harus dikorbankan dan dibayarkan oleh Mahasiswa Program Studi STIE-Mikroskil Medan untuk memperoleh tipe <i>smartphone</i> Samsung yang sesuai dengan keinginan mereka.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ada penawaran harga yang sesuai dengan kemampuan mahasiswa.</li> <li>2. Harga sesuai dengan kualitas produk.</li> <li>3. Harga sebanding dengan manfaat yang diperoleh mahasiswa.</li> </ol>	Likert

Lokasi (X <sub>3</sub> )	Lokasi merupakan tempat penyampaian produk <i>smartphone</i> Samsung dari produsen sampai kepada konsumen (mahasiswa program studi manajemen STIE-Mikroskil Medan).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Distribusi produk cepat.</li> <li>2. Penjualan produk tersebar di berbagai lokasi.</li> <li>3. Tempat penjualan nyaman.</li> </ol>	Likert
Promosi (X <sub>4</sub> )	Promosi adalah proses komunikasi yang dilakukan produsen <i>smartphone</i> Samsung memberikan informasi yang bersifat membujuk, merayu, dan merangsang kepada Mahasiswa sebagai sebuah pendekatan agar mereka mau membeli produk.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi produk yang menarik.</li> <li>2. Informasi yang lengkap tentang produk.</li> <li>3. Promosi dengan iklan yang menarik.</li> </ol>	Likert
Gaya Hidup Konsumen (X <sub>5</sub> )	Gaya hidup adalah <i>style</i> mahasiswa yang diekspresikan dalam gengsi, mode, dan keinginannya dalam menggunakan produk <i>smartphone</i> agar terlihat berbeda dari orang lain. Gaya hidup yang diteliti oleh penulis adalah <i>style</i> Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE-Mikroskil Medan dalam menggunakan produk <i>smartphone</i> Samsung.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Style</i> mahasiswa yang semakin modern dalam memilih produk.</li> <li>2. Keinginan untuk menggunakan produk karna tren.</li> <li>3. Pandangan tentang kepentingan menggunakan produk.</li> </ol>	Likert

<p>Keputusan Pembelian (Y)</p>	<p>Keputusan pembelian merupakan suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai tipe <i>smartphone</i> Samsung sesuai dengan kepentingan dan keinginan mahasiswa. Pada penelitian ini, keputusan pembelian yang dimaksud adalah perilaku pembelian produk <i>smartphone</i> Samsung oleh Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE-Mikroskil Medan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecenderungan meniru oranglain menggunakan produk.</li> <li>2. Adanya rekomendasi untuk menggunakan produk.</li> <li>3. Keinginan untuk menggunakan produk.</li> <li>4. Pengambilan Keputusan Pembelian.</li> </ol>	<p>Likert</p>
--------------------------------	--	---	---------------

### 3.6. Metode Analisis Data

#### 3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif adalah bentuk statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi [22]. Pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner penelitian ini merupakan bentuk dari data analisis statistik deskriptif.

#### 3.6.2. Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliable sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian. Adapun alat analisis uji kualitas data yang digunakan yaitu Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas [23].

##### 3.6.2.1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kusioner. Suatu kusioner dikatakan valid jika pernyataan pada kusioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kusioner tersebut [23]. Pengukuran

uji validitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dimana  $n$  adalah jumlah responden. Untuk mengukur valid tidaknya instrumen ditentukan dengan cara membandingkan hasil perhitungan koefisien dengan nilai tabel koefisien pada taraf signifikan 5% atau taraf kepercayaan 95%. Suatu pernyataan atau indikator dikatakan valid jika:

- a. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan signifikan  $< 0,05$  maka dinyatakan valid
- b. Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dan signifikan  $> 0,05$  maka dinyatakan tidak valid

### 3.6.2.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat ukur mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu [23]. Teknik uji reliabilitas menggunakan alat bantu aplikasi software SPSS 19.0 dan menggunakan pengujian *Cronbach Alpha*. Kriteria ukur reliabilitas ini adalah jika:

- a. Nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$  maka dinyatakan reliabel.
- b. Nilai *cronbach alpha*  $< 0,60$  maka dinyatakan tidak reliabel.

### 3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Setelah data berhasil dikumpulkan, sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap penyimpangan Asumsi Klasik, dengan tahapan sebagai berikut:

#### 3.6.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal [23]. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak normal yaitu:

- a. Metode Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi

dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Metode Statistik

Cara kedua yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan uji Statistik Non-parametrik Kolmogrov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

- a.  $H_0$ : Data residual berdistribusi normal
- b.  $H_a$ : Data residual tidak berdistribusi normal

Jika nilai signifikan  $> 0,05$  artinya distribusi data normal maka  $H_0$  diterima, sebaliknya jika nilai signifikan  $< 0,05$  berarti distribusi data tidak normal atau  $H_a$  diterima [23].

#### 3.6.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen [23]. Multikolinearitas diuji dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *tolerance* tidak kurang dari 0.1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang tidak lebih dari 10 sehingga model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.

#### 3.6.3.3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain [23]. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut



homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Ada tidaknya heterokedostisitas dapat diprediksi dengan dua cara yaitu:

a. Metode Grafik

Cara pertama untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas dapat diprediksi dengan melihat pola gambar *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID).

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit). Maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas [23].

b. Metode Statistik

Cara kedua untuk mengetahui ada tidaknya yaitu dengan melakukan uji Glejser. Uji ini dilakukan dengan mengabsolutkan nilai residual ( $|U_i|$ ) dari model. Kemudian nilai absolut dari residual dimasukkan sebagai variabel terikat dalam persamaan regresi yang baru. Jika angka signifikansi  $t$  yang diperoleh dari persamaan regresi yang baru lebih besar dari alpha 5%, maka dikatakan tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model. Sebaliknya, jika angka signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari alpha 5%, maka dapat dikatakan terdapat heteroskedastisitas dalam data model [23].

### 3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berkaitan dengan studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan variabel independen (bebas), dengan tujuan itu untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependent berdasarkan nilai independen yang diketahui [23]. Analisis Linear Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Tempat ( $X_3$ ), Promosi ( $X_4$ ) dan Gaya Hidup Konsumen ( $X_5$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Perhitungannya dapat dirumuskan dengan formulasi sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	= Variabel Keputusan Pembelian
a	= Konstanta
$X_1$	= Variabel Produk
$X_2$	= Variabel Harga
$X_3$	= Variabel Tempat
$X_4$	= Variabel Promosi
$X_5$	= Variabel Gaya Hidup Konsumen
$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$	= Koefisien Regresi
e	= Galat atau faktor-faktor diluar peubah

yang

di teliti.

### 3.6.5. Uji Hipotesis

#### 3.6.5.1. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen [23]. Hipotesis yang akan diuji yaitu:

- $H_o: b_i = 0$ , artinya variabel produk, harga, tempat, promosi, dan gaya hidup konsumen masing-masing secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
- $H_a: b_i \neq 0$ , artinya variabel produk, harga, tempat, promosi, dan gaya hidup konsumen masing-masing secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan signifikan  $< 0.05$ , maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan signifikan  $> 0.05$ , maka  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak

#### 3.6.5.2. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat [23].

- a.  $H_o : b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = 0$ , artinya variabel produk, harga, tempat, promosi, dan gaya hidup konsumen secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
- b.  $H_a : b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 \neq 0$ , artinya variabel produk, harga, tempat, promosi, dan gaya hidup konsumen secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan signifikan  $< 0.05$ , maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima
2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan signifikan  $> 0.05$  maka  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak

### 3.6.5.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen [23].