

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian *asosiatif*. Menurut Sugiyono (2008:11), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada dan tidaknya pengaruh atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan apabila ada seberapa erat pengaruh atau hubungan serta berarti atau tidaknya pengaruh atau hubungan itu.

2. Lokasi

Komp. A Trend Trade Center & Residence No 14 - 18Jl. A. H. Nasution – Medan.

3. Waktu Penelitian,

Waktu penelitian ini dilaksanakan selama mulai bulan Mei 2014 sampai dengan selesai.

Tabel III.1

Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Mei	Juni	Juli	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1.	Pembuatan dan seminar proposal										
2.	Pengumpulan Data										
3.	Analisa Data										
4.	Penyusunan Skripsi										
5.	Seminar hasil										

6	Pengajuan Sidang Meja Hijau								
---	-----------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga sebagai obyek penelitian (Sugiyono, 2002:72). Target populasi dari penelitian ini adalah konsumen oriflame yang berjumlah 250 Orang.

2. Sampel

Menurut sugiyono (2006) sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen oriflame, adapun rumusan mencari sampel menurut sugiyono (2006) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = taraf kesalahan (standar error 10%)

Maka jumlah sampel yang diperoleh :

$$\begin{aligned} n &= \frac{250}{1 + (250(0,1)^2)} \\ &= 71,52 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus selovin diatas, maka sampel yang diambil adalah berjumlah 71,5 orang, dibulatkan menjadi 72 pengguna. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *random sampling* menurut

Sugiyono (2006) adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak. Sehingga data yang diperoleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten dibidangnya. Pelaksanaan *random sampling* dalam penelitian ini diberikan kepada konsumen oriflame.

C. Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah konsep yang dapat diukur dan memiliki variasi hasil pengukuran sehingga dapat dikatakan bahwa variabel merupakan operasionalisasi dari konsep sehingga dapat dinilai dan diukur. Sedangkan variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen, yaitu variabel yang nilainya bergantung pada nilai variabel lain yang merupakan konsekuensi dari perubahan yang terjadi pada variabel bebas dan variabel independen, yaitu variabel yang nilainya berpengaruh terhadap variabel lain.

a. Variabel Dependen

Variabel dependen (*dependent variable*) atau variabel terikat, adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti karena variabel ini yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel independen atau variabel bebas (Ferdinand, 2006). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat beli yang dilambangkan dengan Y.

b. Variabel Independen

Variabel independen (*independent variable*) atau variabel bebas, adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang

pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini harga dengan X_1 , kualitas produk yang dilambangkan dengan X_2 .

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat yang dapat diamati. Definisi operasional variabel menurut Sugiyono (2008) merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikkan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Variabel-variabel yang diteliti hubungan dengan harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen terangkum dalam satu tabel dengan masing-masing indikator dan sumbernya :

Tabel III.2
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala ukur
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi kemungkinan bila pembeli bermaksud untuk membeli (Ferdinand, 2006).	1. Minat transaksional 2. Minat eksploratif 3. Minat preferensial 4. Minat referensial	Likert
Harga (X_1)	Harga adalah persepsi dari sejumlah uang yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya, Lupiyoadi (2006:104-107)	1. Keterjangkauan harga produk 2. Daya saing harga produk 3. kesesuaian dengan manfaat produk	Likert
Kualitas Produk (X_2)	Karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten.	1. Daya tahan produk 2. Keandalan produk 3. Estetika	Likert

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Menurut Sugiyono (2008:13) "data kualitatif yaitu data yang berbentuk angka yang diskorkan. Sementara sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui observasi dan wawancara dari kuesioner yang disebarakan. Data tersebut berupa tanggapan konsumen mengenai harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian berupa dokumen atau laporan-laporan, berupa gambaran umum lokasi penelitian, dan data lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

E. Tehnik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data serta informasi yang diperlukan, penulis melakukan tehnik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Metode pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku buku yang ada hubungannya dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh berbagai informasi yang dapat membantu di dalam penelitian

2. Penelitian Kelapangan (*Field Research*)

Metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung ke perusahaan yang dijadikan objek penelitian. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan sehubungan dengan penelitian ini maka tehnik yang digunakan adalah:

- a. Pengamatan (*Observation*) yaitu peneliti secara langsung mendatangi daerah penelitian dan mengamati secara langsung konsumen oriflame.
- b. Wawancara yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan dialog secara langsung dengan pelanggan.
- c. Kuesioner (*Questioner*), yaitu pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan kepada responden (pelanggan) dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR) dengan bentuk *checklist*, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi sebagaimana terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel III.3
Skala Pengukuran Likert's

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2008:87)

F. Teknik Analisa Data

1. Uji Instrumen

Uji instrumen data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya.

Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda (Jogiyanto 2004:135).

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 17.00 dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika r_{hitung} positif atau $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut valid.
2. Jika r_{hitung} positif atau $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.
3. Nilai r_{hitung} dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini diukur berdasarkan skala *alpha Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu itu

dikelompok ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan Kolmogorov Smirnov. Dengan menggunakan tingkat signifikan 5% maka jika nilai Asymp.sig. (2-tailed) diatas nilai signifikan 5% artinya variabel residual berdistribusi normal (Situmorang, dkk, 2008: 62).

3. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk angka. Data pada penelitian ini merupakan data ordinal. Peneliti menganalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda (Sugiyono, 2008:204) sebagai berikut :

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

Dimana:

Y = Minat Beli Konsumen

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Produk

a = Konstanta

$b_1 - b_2$ = Koefisien regresi

e = Standart error (tingkat kesalahan)

4. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka terbukti bahwa harga dan kualitas produk secara nyata (signifikan), mempengaruhi minat beli konsumen pada PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) Medan. Dengan demikian hipotesis (H_1) diterima dan hipotesis (H_0) ditolak.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka terbukti bahwa harga dan kualitas produk secara nyata (signifikan), tidak mempengaruhi minat beli konsumen pada PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) Medan. Dengan demikian hipotesis alternative (H_1 dan) ditolak hipotesis mula-mula (H_0) diterima.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terbukti bahwa harga dan kualitas produk secara nyata (signifikan), mempengaruhi minat beli konsumen pada PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) Medan.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka terbukti bahwa harga dan kualitas produk secara nyata (signifikan), tidak mempengaruhi minat beli konsumen pada PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) Medan.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (adjusted R^2) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < \text{adjusted } R^2 < 1$), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.