

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam pembahasan metode penelitian ini akan diuraikan tentang (A) Pendekatan Penelitian (B) Identifikasi Variabel Penelitian (C) Defenisi Operasional Variabel Penelitian (D) Populasi dan Sampel Penelitian (E) Metode Pengambilan Data (F) Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Serta (G) Metode Analisis Data.

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Hal ini sesuai dengan pendapat (Arikunto, 2006) yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel merupakan langkah penetapan variabel-variabel utama dalam penelitian dan penentuan fungsinya masing-masing (Azwar, 2004). Variable dapat dinyatakan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi obyek pengamatan penelitian (Suryabrata, 1992). Adapun variabel penelitian yang menjadi fokus pembahasan dan hendak diungkap dalam penelitian ini adalah Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli produk *smartphone* OPPO.

C. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Defenisi operasional dalam penelitian ini adalah faktor-faktor keputusan membeli. Dengan adanya definisi operasional pada variabel yang dipilih dan digunakan dalam penelitian maka akan mudah diukur. Variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kebudayaan.

kebudayaan adalah simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada dalam melakukan pembelian produk *smartphone Android Oppo*.

2. Kelas sosial.

Kelas sosial adalah faktor sosio-kebudayaan lain yang dapat mempengaruhi pandangan dan tingkah-laku pembeli yang dikelompokkan menjadi tiga golongan yang didasari dengan tingkat pendapatan, macam perumahan, dan lokasi tempat tinggal

3. Kelompok referensi kecil.

Kelompok referensi kecil adalah kelompok yang ikut mempengaruhi perilaku seseorang dalam pembeliannya, dan sering dijadikan pedoman oleh konsumen dalam bertingkah laku dalam melakukan pembelian produk *smartphone Android Oppo*.

4. Keluarga.

Keluarga merupakan organisasi yang terdiri dari masing-masing anggota keluarga yang memiliki selera dan keinginan yang berbeda dalam melakukan pembelian produk *smartphone* Android Oppo di Counter Plaza Medan Fair.

5. Pengalaman.

Pengalaman merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertindak laku dan dapat diperoleh dari semua perbuatannya di masa lalu atau dapat pula dipelajari, sebab dengan belajar seseorang dapat memperoleh pengalaman dalam melakukan pembelian produk *smartphone* Android Oppo di Counter Plaza Medan Fair.

6. Kepribadian.

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertindak laku dalam melakukan pembelian produk *smartphone* Android Oppo di Counter Plaza Medan Fair.

7. Sikap dan kepercayaan.

Sikap dan kepercayaan merupakan faktor yang ikut mempengaruhi pandangan dan perilaku pembelian konsumen dalam melakukan pembelian produk *smartphone* Android Oppo di Counter Plaza Medan Fair.

8. Konsep diri.

Konsep diri merupakan cara bagi seseorang untuk melihat dirinya sendiri, dan pada saat yang sama ia mempunyai gambaran tentang diri orang lain dalam

melakukan pembelian produk *smartphone* Android Oppo di Counter Plaza Medan Fair.

9. Keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2006). Populasi didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Sebagai suatu populasi, kelompok subjek ini harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subjek yang lain. Ciri yang dimaksud tidak terbatas hanya sebagai ciri lokasi akan tetapi dapat terdiri dari karakteristik-karakteristik individu (Azwar, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah siapa saja yang memutuskan membeli *smartphone android* Oppo.

2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah cara tertentu (yang secara metodologis dibenarkan) yang digunakan untuk menarik (mengambil, memilih) anggota sampel dari anggota populasi sehingga peneliti memperoleh kerangka sampel dalam ukuran yang telah ditentukan (Hamidi, 2007). Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan

adalah Metode *accidental sampling* dimana pengambilan sampel secara *accidental sampling* penentuan pengambilan sampel secara sengaja/kebetulan kepada konsumen yang membeli produk *smartphone* OPPO (Konsumen) yang ditemui dan bersedia untuk mengisi kuesioner. Kategori dan batasan responden yang diambil yaitu, Konsumen yang membeli di Melody Cellular Plaza Medan Fair yang bersedia mengisi kuesioner.

Hasil screening di awal kuesioner dimana yang dijadikan responden adalah konsumen yang berkunjung di Melody Cellular dan sudah memutuskan membeli produk *smartphone* Android Oppo.

Berdasarkan wawancara singkat dengan pemilik toko Melody Cellular Plaza Medan Fair, rata-rata pengunjung dalam satu bulan mencapai 50 pembeli *smartphone* Android Oppo. Dengan populasi begitu maka sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini berjumlah 40 orang responden agar lebih representatif dan untuk menjaga keakuratan data.

E. Metode Pengumpulan Data

Data penelitian ini diperlukan sejumlah data yang berhubungan dengan masalah penelitian. Ada dua jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Kedua jenis data tersebut adalah sebagai berikut :

1. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber utama dari individu seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang berhubungan

langsung dengan masalah penelitian. Alat yang digunakan dalam pembuatan kuesioner adalah skala Likert, untuk menangkap kesan, tanggapan, sikap dan persepsi responden. Responden menjawab dengan menggunakan taraf atau intensitas setuju sampai tidak setuju terhadap pernyataan, skor dari pernyataan tersebut dapat dijumlahkan atau dirata-rata.

2. Data sekunder adalah data primer yang sudah diperoleh atau tersedia oleh pihak lain yang berguna untuk memberikan gambaran tambahan, gambaran pihak lain yang berguna untuk proses lebih lanjut. Data sekunder dalam penelitian ini digunakan sebagai pendukung data primer. Dalam hal ini data sekunder berupa data jumlah konsumen.

F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas

Validitas instrumen merupakan salah satu ciri yang menandai suatu instrumen yang baik. Validitas instrumen merupakan ketepatan mengukur yang dimiliki sebuah instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur melalui instrumen tersebut (Nana Sudjana, 2006).

Uji validitas instrumendigunakan untuk mengetahui kesahihan butir pertanyaan atau pernyataan, sehingga data yang digunakan dalam analisis selanjutnya merupakan data yang diambil dari butir pernyataan yang valid, sedangkan butir pernyataan yang tidak valid diperbaiki agar tetap mewakili secara representatif apa yang diukur. Validitas instrumen kuesioner (angket) ini dilakukan dengan menggunakan validitas

isi dan konstruk. Validitas isi merupakan validitas yang ditilik dari segi instrumen sebagai alat pengukur, sedangkan validitas konstruk merupakan validitas yang ditinjau dari segi susunan, kerangka atau rekaannya instrumenkuesioner tersebut. Untuk uji validitas menggunakan teknik expert judgement, dalam hal ini ahli adalah pembimbing. Menurut Arikuto (2010) uji validitas ini menggunakan rumus korelasi product momentdari Karl Pearson, yaitu:

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

Keterangan :

r_{xy} = koefisien kolerasi antara x dan y

N= jumlah responden

$N \sum xy$ = jumlah perkalian skor butir dengan skor total.

$\sum x$ = jumlah skor butir

$\sum y$ = jumlah skor total

$(\sum x)^2$ = jumlah kuadrat butir skor

$(\sum y)^2$ = jumlah kuadrat skor total

2. Reliabilitas

Hadi (2000) mengatakan reliabilitas dilakukan untuk melihat andal atau tidaknya suatu alat ukur apabila diadakan pengamatan ulang hasilnya tetap atau stabil seperti yang diungkapkan semula. Ada beberapa metode pengujian reliabilitas, diantaranya adalah metode *Alpha Cronbach's*. Rumus reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach's* adalah :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right)$$

Dimana : r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

S_t^2 = deviasi standar total

$\sum S_b^2$ = jumlah deviasi standar butir

G. Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan salah satu cara yang digunakan oleh seorang peneliti untuk mengetahui sejauh mana suatu variabel mempengaruhi variabel lain. Tujuan metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Agar data yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat bagi penelitian, maka data yang diperoleh harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melihat kontribusi masing-masing indikator dalam variabel utama menggunakan teknik Uji Chi-Square dengan rumus :

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan :
 X^2 = Chi Square
O = Nilai Observasi
E = Nilai Ekspektasi

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif adalah analisis yang umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan data demografi responden (jika ada). Seluruh data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan analisis statistik komputer program SPSS .

