

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data untuk tujuan dan kegunaan tertentu dan penelitian didasarkan pada ciri-ciri ilmiah yang rasional. Metode penelitian adalah metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, dimana data dinyatakan dalam angka-angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data deskriptif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2017:3).

Berdasarkan definisi diatas, penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian IndiHome di Indonesia.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Data Primer

Data primer berupa data dalam bentuk jawaban yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada responden tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian IndiHome di Indonesia.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode kuesioner online tertutup. Peneliti menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (Field Research)

Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden yang mengetahui tentang IndiHome di Indonesia. Peneliti memperoleh langsung data-data yang dibutuhkan berdasar dari keterangan dan informasi yang diberikan responden melalui angket (kuesioner) yang telah disebar dengan metode skor, pemberian skor ini digunakan sistem skala nominal menurut (Sugiyono, 2016). Pengumpulan data juga menggunakan metode survei metode ini menggunakan metode prasurvey yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Dalam prasurvey informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner atau angket. Dalam penelitian ini peneliti ingin mencari jawaban mengenai apakah suatu variabel dapat mempengaruhi variabel lainnya. Dengan teknik survei menurut Sugiyono (2018) metode survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosialogi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk di generalisasikan. Jadi bisa disimpulkan survei adalah metode untuk mengumpulkan informasi dari kelompok yang mewakili sebuah populasi:

- Sejumlah besar responden
- bertanya ke orang
- Menggunakan kuesioner
- Tempo yang relatif singkat
- Sangat kuantitatif

2. Skala Nominal Dikotomi

Skala Nominal dikotomi adalah skala yang digunakan untuk memperoleh respons dari responden dengan memberikan jawaban ya atau tidak, tipe data yang digunakan adalah nominal.

Tabel 3.1 Skala Nominal Dikotomi

Jawaban	Kategori
A	Ya
B	Tidak

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang tetapi juga obyek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek itu. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna IndiHome di Indonesia.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Secara umum terdapat dua jenis metode pengambilan sampel, yaitu probability sampling dan non-probability sampling. Penelitian ini menggunakan metode probability sampling dengan teknik simple random sampling. Probability sampling adalah salah satu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Statistikian, 2018). Menurut Sugiyono (2001:57) teknik simple random sampling adalah teknik

pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Penentuan jumlah sampel yang representative menurut Hair et al (2010) adalah dimana jumlah sampel ini sama dengan jumlah pernyataan dikalikan derajat kepercayaan 5 hingga 10. Jumlah indikator dalam penelitian ini sejumlah 25. Sehingga, jumlah sampel penelitian ini dapat ditentukan dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Total pernyataan} \times \text{Derajat kepercayaan} \\ &= 25 \times 10 \\ &= 250 \text{ Responden}\end{aligned}$$

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 250 responden dan dibulatkan menjadi 300 responden.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu dalam bentuk apapun yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentangnya, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel adalah Harga, Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Word of Mouth, dan Citra Merek

3.6 Definisi Operasional Variabel

Pengertian operasional variabel adalah variabel yang diteliti yang dapat dinyatakan secara nyata dalam ruang lingkup objek penelitian/objek yang diteliti. Secara operasional, setiap variabel dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Harga	Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa karena berbagai alasan (Tjiptono, 2008)	Keterjangkauan harga yang diberikan oleh IndiHome kepada konsumen.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Nominal Dikotomi
Promosi	Suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Alma, 2004).	Promosi yang dilakukan IndiHome.	1. Diskon 2. Pemberian hadiah 3. Periklanan 4. Sponsorship	Nominal Dikotomi
Kualitas Produk	Merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya (Kotler & Keller, 2016)	Sejauh mana kemampuan produk IndiHome dalam meyakinkan konsumen.	1. Kinerja 2. Fitur Produk 3. Keandalan 4. Konformasi	Nominal Dikotomi
Kualitas Pelayanan	Bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Kotler, 2019).	Penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh	1. Reabilitas 2. Daya tanggap 3. Jaminan 4. Empati	Nominal Dikotomi

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
		pihak IndiHome kepada konsumen.		
Variasi Produk	Produk yang memiliki desain atau jenis yang berbeda dan diproduksi oleh perusahaan (Groover, 2010)	Bermacam-macam produk yang disediakan oleh IndiHome untuk konsumen	1. Varian merek 2. Varian kelengkapan 3. Varian ukuran 4. Varian kualitas	Nominal Dikotomi
<i>Word of Mouth</i>	Kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun lewat alat komunikasi elektronik yang terhubung internet yang didasari oleh pengalaman atas produk atau jasa (Joesyiana, 2018)	Rekomendasi dari orang lain untuk memakai produk IndiHome	1. Kemauan konsumen 2. Rekomendasi 3. Dorongan	Nominal Dikotomi
Citra Merek	Merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu (Arifin & Fachrodji, 2015)	Persepsi atau anggapan konsumen terhadap IndiHome.	1. Atribut produk (product attribute) 2. Keuntungan konsumen (consumer benefits) 3. Kepribadian merek (brand personality)	Nominal Dikotomi
Keputusan Pembelian	Merupakan suatu proses dimana konsumen memahami perkaranya, mencari informasi mengenai produk ataupun merk tertentu serta mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut bisa	Keputusan konsumen untuk membeli IndiHome	1. Rutinitas 2. Kualitas 3. Komitmen	Nominal Dikotomi

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	menyelesaikan masalahnya, yang setelah itu menuju kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2016)			

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Tujuan uji validitas yaitu untuk mengukur valid atau sah tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan yang berada dikuisiонер mampu untuk mengungkap suatu yang akan diukur. Jika korelasi antara skor masing-masing item pertanyaan terhadap skor total signifikan kurang dari 0,05 maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Uji validitas menggunakan semua responden sampel yang ada, kemudian membandingkan nilai r hitung dengan rtabel. Dengan membandingkan antara r hitung dari rtabel jika r hitung lebih besar dari rtabel maka item pertanyaan kuisioner adalah valid.

Rumus Uji Validitas:

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

keterangan:

r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor butir

$\sum Y$ = Jumlah skor total

Uji validitas dilakukan melalui program SPSS dengan Pearson.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur ketetapan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Jika alat ukur tersebut stabil maka dapat diandalkan, walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali-kali, dan hasilnya juga akan serupa. Uji reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Reliable artinya dapat dipercaya. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur kuisioner (angket) yang merupakan indikator dari variabel tersebut.

Rumus Uji Reliabilitas

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a_{b2}}{a_{12}} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pernyataan atau pernyataan

$\sum a_{b2}$ = Jumlah varian butir

a_{12} = Varian total

Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai alpha indeks korelasi :

Tabel 3.3 Indeks Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono, 2015)

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Metode Cochran Q Test

Menyatakan bahwa Uji Cochran dilakukan untuk mengetahui perbedaan berbagai perlakuan terhadap subyek yang sama dalam angka skala nominal. Dalam beberapa penelitian yang menggunakan rancangan blok lengkap teracak, reaksi terhadap suatu perlakuan mungkin hanya dinyatakan dengan salah satu dari dua nilai, misalnya dengan angka nol dan satu. Yang “setuju” diberi skor 1 dan yang “tidak setuju” diberi skor 0. Namun jenis penelitian tidak harus “setuju” atau “tidak setuju”, terkadang bisa juga menggunakan “ya” dan “tidak”. Dengan demikian alat analisis dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor dominan yang paling berhubungan pada keputusan pembelian IndiHome di Indonesia.

Dengan rumus Cochran Q Test sebagai berikut :

$$Q = \frac{(k - 1)[k\sum C_j^2 - (\sum C_j)^2]}{k\sum R_i - \sum R_i^2}$$

Dimana :

K = Jumlah Variabel

N = Jumlah Sampel

C_j = Total Responden pada j Variabel (kolom)

R_i = Total Responden pada I Pengamatan (baris)

Adapun atribut keputusan pembelian dalam penelitian ini seperti yang tertuang dalam definisi operasional terdiri dari 7 atribut. Dari rumus tersebut dilakukan perhitungan dengan cara menghitung total baris (R_i) dan total baris (R_i²). Begitu juga kolom pangkat 2 (C_i²), nilai-nilai ini selanjutnya dengan menggunakan rumus Cochran Q Test, kita dapat melakukan pengujian atribut-atribut di atas. Pengujian atribut-atribut tersebut dilakukan secara bertahap yaitu mulai dari seluruh 7 atribut, kemudian pengujian 6 atribut, pengujian 5 atribut, sampai pengujian keputusan pembelian IndiHome di Indonesia yang dipilih responden.

3.8.2 Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis

H_0 = Jawaban responden memiliki proporsi jawaban YA yang sama

H_a = Jawaban responden memiliki proporsi jawaban YA yang berbeda

2. Kriteria

Jika $Q_{hitung} >$ dari X^2 tabel/Sig $<$ Alpha (0,05), maka H_0 : ditolak

Jika $Q_{hitung} <$ dari X^2 tabel/Sig $>$ Alpha (0,05), maka H_0 : diterima

Menentukan kesimpulan dan hasil uji hipotesis