

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausalitas. Penelitian kausal meneliti hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian kausal menjelaskan pengaruh perubahan variasi nilai dalam suatu variabel terhadap perubahan variasi nilai variabel lain. Dalam penelitian kausal, variabel independen (desain gambar dan harga) sebagai variabel sebab dan variabel dependen (keputusan pembelian) sebagai variabel akibat.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer. Data primer yang diperoleh dengan terjun langsung ke lapangan. Data ini tidak tersedia dalam bentuk kompilasi atau dalam bentuk file. Data ini didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang membeli kaos *clothing brand* PT. Acosys Global Data.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah kuisisioner atau angket yang merupakan teknik pengumpulan data dimana responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti lalu dikembalikan kepada peneliti (sugiyona:2016). Dalam penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data *file research* (studi lapangan) dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Berikut skala dalam penelitian ini :

Tabel 3.1

Skala Pengukuran Penelitian

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5

Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.4. Populasi dan Sempel

3.4.1 Populasi

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal menarik yang ingin peneliti selidiki. Ini adalah kelompok orang, peristiwa, atau hal menarik yang ingin peneliti tarik kesimpulan (berdasarkan statistik sampel) (Sekaran dan Bougie, 2016: 236). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen dari *clothing brand* PT Acosys Global Data.

3.4.2 Sempel

Sempel adalah bagian dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota yang dipilih darinya. Dengan kata lain, sebagian, tetapi tidak semua, elemen populasi menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan purposive sampling sebagai teknik penentuan sampelnya. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.. Dalam penelitian ini, sampel yang di gunakan adalah konsumen *Clothing Brand* PT.Acosys Global Data yang memenuhi kriteria inklusif di antaranya : konsumen yang berusia 15 tahun keatas baik laki-laki maupun perempuan, konsumen yang telah melakukan pembelian *Clothing Brand* PT.Acosys Global Data.

Dalam menentukan jumlah sampel yang representatif menurut Hair at al 2010 dalam (Bernadeta dkk 2018) adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel maksimum untuk penelitian ini adalah :

Sempel maksimum : jumlah indikator x 10
: 12(indikator) x 10
: 120 responden

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian

ini adalah sejumlah 120 sampel.

3.5. Variabel Penelitian

Menurut Silaen (2018) mengungkapkan bahwa variable penelitian adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai atau mempunyai nilai yang bervariasi, yaitu sifat, karakteristik atau fenomena yang dapat menunjukkan sesuatu untuk dapat diamati diukur berbeda-beda atau bervariasi. Dan dalam penelitian ini menggunakan 2 jenis variable penelitian yaitu independen (X) dan dependen (Y).

3.5.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang diharapkan mempengaruhi variabel dependen dengan cara tertentu. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Desain Gambar (X1) dan Harga (X2).

3.5.2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam bahasa indonesai sering disebut juga dengan variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian (Y).

3.6. Definisi Oprasional Variabel

Dalam penelitian definisi operasional digunakan untuk membuat data analisis menjadi lebih fokus dan efisien serta membantu peneliti dalam mencari data informasi yang akan digunakan.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variable	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Desain Gambar (X1)	harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan sebuah produk atau jasa yang memiliki	Harga dalam penelitian ini merupakan nilai yang diberikan oleh konsumen	1. Varian desain. 2. Model Terbaru. 3. Desain mengikuti tren. Azany dalam Irfan	Interval

Variable	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	manfaat saat konsumen memiliki atau menggunakan produk tersebut. Sumber : Setyo (2017)	terhadap Clothing Brand dari PT.Acosys Global Data	Rizqullah Ariella (2018)	
Harga (X2)	Desain (design) adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Menurut Koyler&Keller (2016)	Desain gambar dalam penelitian ini yaitu fitur yang digunakan dalam menampilkan kaos dalam clothing brand berdasarkan kebutuhan pelanggan	1. Keterjangkauan harga . 2. Kesesuaian harga dengan kualitas. 3. Daya saing harga. 4. Potongan harga. Azany dalam Irfan Rizqullah Ariella (2018)	Interval
Keputusan Pembelian (Y)	keputusan pembelian adalah keputusan akhir konsumen dalam membeli produk yang terbentuk dari serangkaian tahap aktivitas perilaku pra-pembelian. Djatmiko&Prada (2016)	Serangkaian unsur yang mencerminkan sebuah keputusan konsumen dalam melakukan pembelian	1. Keinginan untuk menggunakan produk. 2. Keinginan untuk memiliki produk . 3. Ketertarikan pada produk tersebut. 4. Meluangkan waktu untuk mendapatkan produk . 5. Mengetahui fungsi produk	Interval

Variable	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator	Skala
			dengan baik. Adiwidjaja (2017)	

3.7. Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1. Uji Validitas

Validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran yang dapat digunakan untuk melihat tidak adanya perbedaan antara data yang didapat oleh peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sesuatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah dan untuk mengukur tingkat validitas dalam pembelian ini menggunakan korelasi product moment melalui program SPSS 25.0. Pada pengujian validitas ini menggunakan sample sebanyak 40 yang dianggap dapat menjadi acuan apakah data tersebut valid atau tidak.

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Pernyataan dari kusioner tidak mengukur aspek yang sama

H1 : Pernyataan dari kusioner mengukur aspek yang sama

2. Kriteria Pengujian :

Apabila $Sig < 0.05$ maka Ho diterima (instrumen valid).

Apabila $Sig > 0.05$ maka Ho ditolak (instrumen tidak valid).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji

reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 25.0 Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3
Interprestasi Nilai R

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 - 1,9999	Sangat Rendah

3.8. Uji Asumsi Klasik

3.8.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik Adalah model regresi yang berdistribusi normal (Ana 2019:147). Pada penelitian ini pengujian normalitas digunakan untuk menguji normalitas data harga, desain gambar, dan keputusan pembelian dengan menggunakan metode *Kolmogorov-smirnov*.

3.8.2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Pengujian ini dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan Test For Linearity pada taraf signifikansi 0,05. Tiga variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (Deviation From Linearity) lebih dari 0,05.

Ho : Model regresi berbentuk linear

Ha : Model regresi tidak berbentuk linear

Adapun kriteria pengambilan keputusan yaitu :

1. Linear jika probabilitas ($\text{sig} > 0,05$) maka H_0 diterima
2. Tidak linear jika probabilitas ($\text{sig} < 0,05$) maka H_0 ditolak

3.8.3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang ditunjukkan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau variabel independen. Untuk mengetahui apakah terdapat gejala multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF dengan batas antara 1-10. Jika nilai VIF yang didapatkan berkisar 1-10 maka tidak terjadi multikolinearitas (Ana 2019:137).

3.9. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan seluruh responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis telah diajukan Sugiyono (2017:232).

3.9.1 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda adalah regresi yang melibatkan hubungan antara satu variabel tak bebas (Y) yang dihubungkan dengan lebih dari satu variabel bebas (X). bentuk umum dari persamaan regresi linier. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Dalam penelitian ini persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Informasi:

Y = Keputusan Pembelian

A = Konstan

b_1 = Koefisien Regresi

X_1 = Desain Gambar

X_2 = Harga Produk

e = eror

3.10. Pengujian Hipotesis

3.10.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-T)

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Untuk menguji signifikansi = koefisien regresi secara keseluruhan menggunakan uji t menggunakan derajat bebas (df) = $n - k$, pada tingkat kepercayaan 95% dan $\alpha = 0,05$. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis terdukung.

jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis tidak terdukung.

Uji Hipotesis (Uji t) Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan uji-t pada tingkat kepercayaan 95%.

3.10.2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah suatu model regresi sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis dengan menggunakan uji F dimaksudkan agar dapat diketahui pengaruh dari desain gambar (X_1), dan harga (X_2), secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). dengan kata lain uji F dipergunakan untuk melihat pengaruh dari semua variabel bebas (independent secara gabungan terhadap variabel terikat dependent) (Sarwono, 2012:88).

Langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan Uji F adalah sebagai berikut :

a. Merumuskan hipotesis langkah pengujian hipotesis dapat dimulai dari menetapkan hipotesis nol dan hipotesis alternative. Hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_a) dalam Uji F dari penelitian ini adalah :

H_0 = Desain gambar (X_1), dan harga (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

H_a = Desain gambar (X_1) dan harga (X_2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

a. Merumuskan Dasar Pengambilan Keputusan Dasar pengambilan dalam keputusan dalam hal ini maksudnya adalah dasar yang digunakan sehingga dapat menetapkan diterima tidaknya hipotesis penelitian. Menetapkan taraf signifikansi sebesar 0,05. Taraf signifikansi diperlukan untuk menjadi pembandingan dalam menentukan diterima tidaknya hipotesis. Selanjutnya dapat dilihat melalui kriteria atau dasar pengambilan keputusan berikut :

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Nilai signifikan penelitian dapat diketahui dari hasil pengolahan data dengan SPSS versi 25 pada table ANOVA dalam kolom Sig.