

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif berbentuk metode penelitian eksploratori yang menjelaskan hubungan antar variable-variabel, penelitian melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan metode pengumpulan data dengan cara menebar kuisioner/angket dan studi pustaka. Penelitian ini berupa penelitian yang bertujuan untuk menganalisis, mengetahui dan menjelaskan hubungan *Country of origin* dan Fitur terhadap Keputusan Pembelian. Populasi dari penelitian ini adalah pembeli dan peminat Smartphone Xiaomi. Teknik pengambilan data dengan angket yang diberikan kepada responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Counter Surabaya Cell Pare. Dengan objek penelitian *Country of origin* dan Fitur terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi.

3.3 Definisi Operasional

1. Country Of Origin

Efek yang muncul terhadap persepsi konsumen yang berhubungan dengan negara asal pembuat suatu produk (Cateora *et al.*2011). Di dalam penelitian ini

untuk mengukur variabel *country of origin* menggunakan indikator-indikator dari (Kolter *et al.*, 1993, Laroche *et al.*, 2005, Yassin *et al.*, 2007 dalam Listiana 2012), meliputi:

1. Negara yang inovatif dalam manufaktur / pabrikasi.
2. Negara yang memiliki tingkat pendidikan dan penguasaan teknologi tinggi.
3. Negara yang baik dalam desain produk.
4. Negara yang memiliki reputasi baik (terhormat).
5. Negara merupakan negara maju.
6. Negara yang memiliki tenaga kerja yang kreatif.
7. Negara yang memiliki tenaga kerja yang berkualitas tinggi.

2.Fitur

Menurut Fandy Tjiptono (2002) mengatakan bahwa fitur adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Fitur produk dapat mempengaruhi proses keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, karena fitur melekat erat pada suatu produk dan seringkali digunakan oleh konsumen sebagai dasar dan pertimbangan untuk memutuskan membeli atau tidak suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Selanjutnya Menurut Dewi dan Jatra (2013) fitur merupakan karakteristik tambahan yang dirancang untuk menambah ketertarikan konsumen terhadap produk atau menyempurnakan fungsi produk. Fitur memiliki Indikator-indikator yaitu sebagai berikut:

1. Kelengkapan Fitur
2. Kebutuhan Fitur
3. Ketertarikan Fitur
4. Kemudahan dalam Penggunaan

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan para ahli di atas, maka penulis mendapatkan pemahaman bahwa fitur pada sebuah produk diciptakan untuk membuat produk tersebut istimewa dan menarik konsumen. Dari indikator yang disampaikan oleh Dewi dan Jatra (2013) maka indikator fitur antara lain adalah keragaman fitur yang diukur dari kelengkapan fitur, kesesuaian fitur dengan harapan konsumen yang dapat diukur dari kebutuhan konsumen dan kesesuaian fitur tersebut dengan kebutuhan, dan keunggulan fitur yang diukur dari daya tarik fitur produk dan kemudahan konsumen dalam menggunakan fitur tersebut.

3.Keputusan Pembelian

Menurut Kolter Keller (2007:220), keputusan pembelian adalah keputusan konsumen untuk membeli produk setelah mempertimbangkan apa yang mereka ketahui. Dia menyaksikan produk secara langsung setelah realitas produk. Keputusan pembelian berdasarkan Fandy Tjiptono (2008:156) adalah tindakan pribadi dari keterlibatan langsung atau tidak langsung dalam akuisisi dan penggunaan produk atau layanan yang diperlukan. Menurut Aaker (2008) Indikator Keputusan pembelian yaitu:

1. Pilihan produk
2. Kemantapan membeli
3. Pertimbangan dalam membeli

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Pengembangan Instrumen

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Country Of Origin (X1) (Listiana, 2012)	1. Negara yang inovatif dalam manufakturing/pabrikasi.	1. Negara asal pembuat <i>smartphone</i> merek Xiaomi menciptakan teknologi terbaru.
		2. Negara asal pembuat <i>smartphone</i> merek Xiaomi banyak melakukan inovasi dalam produk mereka.
	2. Negara yang memiliki tingkat pendidikan dan penguasaan teknologi tinggi.	3. Negara asal pembuat <i>smartphone</i> merek Xiaomi menerapkan standart minimum pendidikan yang cukup tinggi untuk karyawannya. 4. Negara asal pembuat <i>smartphone</i> merek Xiaomi selalu menggunakan teknologi tinggi dalam proses produksinya.

Lanjutan Tabel 3.1

Kisi-Kisi Pengembangan Instrumen

	3. Negara yang baik dalam desain produk.	5. Negara asal pembuat smartphone merek Xiaomi merupakan negara pembuat produk bergaya masa kini. 6. Negara asal pembuat smartphone merek Xiaomi menciptakan produk yang mudah untuk dioperasikan.
	4. Negara yang memiliki reputasi baik (terhormat).	7. Negara asal pembuat smartphone merek Xiaomi terkenal dengan pembuatan produk berkualitas baik.
	5. Negara tersebut merupakan negara maju.	8. Negara asal pembuat smartphone merek Xiaomi merupakan negara maju dengan ekonomi yang baik.
	6. Negara dimana yang memiliki tenaga kerja yang kreatif.	9. Negara asal pembuat smartphone merek Xiaomi merupakan negara yang memiliki tenaga kerja yang inovatif.
	7. Negara yang memiliki tenaga kerja yang berkualitas tinggi.	10. Negara asal pembuat smartphone merek Xiaomi memiliki tenaga kerja yang berkualitas tinggi.
Fitur (X2) , Dewi dan Jatra (2013)	1. Kelengkapan fitur	11. Banyaknya keragaman fitur yang ada di smartphone Xiaomi
	2. Kebutuhan fitur	12. Adanya harapan konsumen untuk kesesuaian fitur Smartphone Xiaomi dengan kebutuhan konsumen.

Lanjutan Tabel 3.1

Kisi-Kisi Pengembangan Instrumen

	3.Ketertarikan fitur	13.konsumen merasa puas dengan keunggulan fitur yang ada di Smartphone Xiaomi
	4.Kemudahan dalam penggunaan fitur	14.Konsumen merasa puas dengan kemudahan penggunaan fitur yang ada didalam Smartphone Xiaomi
Keputusan Pembelian (Y) ,Aaker (2008)	1.Pilihan produk	15.Konsumen merasa bahwa Smartpon Xiaomi adalah pilihan produk yang bagus untuk dibeli
	2.Kemantapan membeli	16.Konsumen merasa bahwa Smartphone Xiaomi harus benar-benar dibeli.
	3.Pertimbangan dalam membeli	17.Konsumen benar-benar harus mempertimbangkan terlebihdahulu ketika mau membeli barang apakah barang itu sesuai dengan keinginan dan kebutuhan kita.

Sumber : Data diolah (2019)

3.4 Skala dan Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai skala pengukurannya. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono,2009). Skala Likert berhubungan dengan suatu jawaban pada setiap indikator instrument, menggunakan skala likert mempunyai nilai gradasi dari yang tertinggi sampai yang terendah, yaitu :

Tabel 3.2 Pemberian Bobot Nilai untuk Variabel Penelitian

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Sugiono: (2007)

Pada penelitian ini responden diharapkan dapat memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia, kemudian setiap jawaban akan diberikan nilai tertentu yaitu dengan skor (1,2,3,4,5). Nilai yang diperoleh akan di jumlah dan jumlah tersebut akan menjadi total. Nilai total inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala Likert.

3.5 Uji Instrumen

3.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuisioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur melakukan tugas mencapai sarannya. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Uji validitas dapat menggunakan rumus *pearson product moment*.

Rumus :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r = korelasi

x = variabel independen

y = variabel dependen

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1	Country Of Origin	0,589	0,3	Valid
2		0,549	0,3	Valid
3		0,547	0,3	Valid
4		0,544	0,3	Valid
5		0,755	0,3	Valid
6		0,755	0,3	Valid
7		0,575	0,3	Valid
8		0,706	0,3	Valid
9		0,604	0,3	Valid
10		0,780	0,3	Valid
11	Fitur	0,757	0,3	Valid
12		0,618	0,3	Valid
13		0,843	0,3	Valid
14		0,762	0,3	Valid
15	Keputusan Pembelian	0,878	0,3	Valid
16		0,824	0,3	Valid
17		0,689	0,3	Valid

Sumber : Data SPSS, diolah (2019)

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa dari hasil pengujian Validitas sebanyak 30 Responden menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai di atas 0,3 sehingga dinyatakan semua variabel adalah valid, dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur dan selanjutnya angket dapat disebar sebanyak 100 responden sesuai dengan hasil perhitungan sampel.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk di gunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan teknik Alpha Crombach dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \times \frac{1 - \sum ab^2}{at^2}$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas Instumen

k = Banyaknya butir pertanyaan dan soal

$\sum ab^2$ = \sum varians butir pertanyaan

at^2 = Varians total

Menurut Ghazali (2002), instrument penelitian dikatakan reliable jika memiliki nilai Alpha Crombach > 0.60. Jika nilainya lebih kecil dari 0.60 maka kuesioner penelitian ini tidak reliable.

Tabel 3.4

Hasil Pengujian Realibilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	r kritis	Keterangan
Country Of Origin (X1)	0,753	0,6	Reliabel
Fitur (X2)	0,796	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,823	0,6	Reliabel

Sumber : Data SPSS, diolah (2019)

Tabel 3.4 menunjukkan bahwa dari hasil pengujian reliabilitas sebanyak 30 Responden menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai di atas 0,6 sehingga dinyatakan semua variabel adalah reliabel, dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur dan selanjutnya angket dapat disebar sebanyak 100 responden sesuai dengan hasil perhitungan sampel.

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna Smartphone Xiaomi di Cunter Surya Baru Cell Pare.

3.6.2 Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006). Menurut Arikunto (2010) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.

Pada penelitian ini, populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui, maka memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus (Ridwan, 2012)

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2}\sigma)^2}{e}$$

Dimana :

n : jumlah sampel

Z_{α} : Nilai yang didapat dari table normalitas tingkat keyakinan

e : kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka nilai $Z_{0,05}$ adalah 1,96 dan standar deviasi (σ) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%. Maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \frac{(1,96)/(0,25)}{0,05}^2$$

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel sebesar 97 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka besarnya pengambilan sampel dibulatkan menjadi 100 orang.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan cara *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data

(Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini orang yang kebetulan dijumpai memiliki minat untuk membeli smartphone Xiaomi.

3.7 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber asli, sumber pertama darimana data tersebut diperoleh. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu pengguna smartphone Xiaomi.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung yang berkaitan dengan obyek penelitian. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi dengan mempelajari berbagai tulisan melalui buku, jurnal, majalah, dan informasi dari internet untuk mendukung penelitian ini.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Kuisisioner (angket). Kuisisioner merupakan sejumlah pertanyaan tulisan yang digunakan untuk mendapatkan informasi data tentang country of origin dan fitur terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di pare.

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk memperoleh data primer ataupun sekunder, yaitu:

a. Angket

Dengan menyebarkan angket kepada responden untuk mengumpulkan data dengan memberikan beberapa bentuk pertanyaan yang diajukan kepada pihak responden, dalam hal ini adalah pengguna smartphone Xiaomi.

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

3.9.1 Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel penjelas (bebas) dari model regresi ganda. Selanjutnya istilah multikolinieritas digunakan dalam arti yang lebih luas, yaitu untuk terjadinya korelasi linier yang tinggi diantara variabel penjelas (Setiawan & Kusri, 2010:82). Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2009). Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Multikolinieritas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai

tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1 / tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai cutoff yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10.

3.9.2 Heteroskedastisitas

Salah satu asumsi regresi linier yang harus dipenuhi adalah homogenitas variansi dari error (homoskedastisitas). Homoskedastisitas berarti bahwa variansi dari error bersifat konstan (tetap) atau disebut juga identik. Kebalikannya adalah kasus heteroskedastisitas, yaitu jika kondisi variansi error-nya (atau Y) tidak identik (Setiawan & Kusri, 2010:103).

Salah satu cara mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID). Jika titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang besar melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka titik terjadi heteroskedastisitas.

3.9.3 Normalitas.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov dalam program SPSS.

Menurut Singgih Santoso (2012:293) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu:

- 1) Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- 2) Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2010) analisis deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel dan populasi sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap item-item pertanyaan pada kuisisioner. Pada teknik analisis deskriptif seluruh variabel yang di teliti dan di deskriptifkan dengan menggunakan nilai rata-rata dan presentase dari sekor jawaban responden.

Dalam metode ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rentang sekor} = \frac{\text{Skortertinggi}-\text{Nilaiskorterendah}}{\text{Jumla katagori}}$$

Skor tertinggi : 5

Skor terendah : 1

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0,8$$

Sehingga interprestasi skor sebagai berikut :

1,0 – 1,8	= sangat buruk
1,9 – 2,6	= buruk
2,7 – 3,4	= cukup
3,5 – 4,2	= baik
4,3 – 5,0	= sangat baik

(Sudjana,2005)

3.10.2 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis tentang antara hubungan dua variable bebas atau lebih secara bersama-sama dengan suatu variable tergantung. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel word of mouth, country of origin, desain dan fitur produk terhadap keputusan pembelian. Untuk mengetahui hal tersebut maka peneliti menggunakan model analisis regresi linier berganda menurut Sugiyono (2009) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Country of Origin

X2 = Fitur

a = nilai konstanta

b = koefisien regresi

3.10.3 Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data hasil observasi (Setiawan & Kusri,2010). Koefisien determinasi

menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Semakin besar R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Sifat yang dimiliki koefisien determinasi adalah (Setiawan & Kusriani,2010):

1. Nilai $R^2 = \frac{JK_{regresi}}{JK_{total\ kolerasi}}$

2. Nilai $0 \leq R^2 \leq 1$

$R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang berbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.

$R^2 = 1$, garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.

3.10.4 Uji t (Uji Statistik Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung atau tidak (Suliyanto,2011). Suatu variabel akan memiliki pengaruh yang berarti jika nilai t hitung variabel tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel. Uji t digunakan untuk menguji signifikan konstanta dari setiap variabel independen, apakah country of origin (X1), dan fitur (X2) benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yaitu persepsi konsumen (Y).

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Gozali,2016). Hipotesis nol (H_0) : $\beta_i = 0$, artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatif (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan

nol, atau $H_A : \beta_i \neq 0$, artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1) sebagai berikut :

$H_0: \beta_i = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel terikat (Y)

$H_1: \beta_i \neq 0$, artinya ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel terikat (Y)

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0.05 ditentukan sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi (P Value) < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi (P Value) > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.