

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja dengan ruang lingkup pembahasan tentang Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merk Oppo Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja Angkatan 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik. Menurut Sujarweni, (2022:39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakekat hubungan di antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang obyektif

3.2.2 Sumber Data

Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a) Data Primer

Menurut Sujarweni, (2022:73) data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner, kelompok focus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Menurut Sujarweni, (2022:73) sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh. Data primer dalam penelitian ini di peroleh dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden yaitu Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja angkatan 2023. Dan kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab.

b) Data Sekunder

Menurut Sujarweni, (2022:74) data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari data jumlah Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Baturaja Angkatan 2023

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuisisioner. Menurut Sugiyono, (2022:219) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi Penelitian

Menurut Corper dkk (dikutip di Sugiyono, 2022:130) populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Menurut Sugiyono (2022:130) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-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 obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja Angkatan 2023

Tabel 3.1
Data Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2023

No	Jurusan	Jumlah Mahasiswa/i
1.	Manajemen kelas A	78 mahasiswa/i
2.	Manajemen kelas B	28 mahasiswa/i
3.	Ekonomi Pembangunan kelas A	6 mahasiswa/i
4.	Ekonomi Pembangunan kelas B	1 mahasiswa/i
5.	Akuntansi kelas A	13 mahasiswa/i
6.	Akuntansi kelas B	4 mahasiswa/i
7.	Bisnis Digital kelas A	5 mahasiswa/i
8.	Bisnis digital kelas B	2 mahasiswa/i
Jumlah mahasiswa/i		137 mahasiswa/i

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono, (2022:131) 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 tersebut. Dan metode dalam pengambilan sampel saya menggunakan metode *Purposive Sampling* menurut Sugiyono (dikutip di Harsono et al., 2024:136) *Purposive Sampling* merupakan pengambilan *sampling* berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria sampel dalam penelitian saya adalah ;

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2023.
2. Mahasiswa yang sedang dan pernah menggunakan *Handphone* Merk Oppo.

Dan sampel didalam penelitian saya sebanyak 54 Mahasiswa.

3.5 Metode analisis

3.5.1 Analisis Kuantitatif

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Menurut Kasiram (dikutip di Sujarweni, 2022:39) penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

3.5.2 Analisis Data

Analisis data dihitung berdasarkan hasil dari kuisisioner yang berasal dari jawaban responden (karyawan). Jawaban responden dapat diberi skor atau nilai berdasarkan skala likert. Menurut Sugiyono, (2022:152) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Pendapat dari responden dari pertanyaan tentang variabel harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian *Handphone* merk Oppo diberi skor/nilai sebagai berikut :

1. Sangat setuju (SS) = Nilai 5
2. Setuju (S) = Nilai 4
3. Ragu-ragu (RR) = Nilai 3
4. Tidak setuju (TS) = Nilai 2
5. Sangat tidak setuju (STS) = Nilai 1

3.5.3 Uji Validitas dan Reabilitas

3.5.3.1 Uji Validitas

Menurut Hafni Sahir, (2021:31) validitas adalah uji coba pertanyaan penelitian dengan tujuan untuk melihat sejauh mana responden mengerti akan pertanyaan yang di ajukan peneliti. Jika hasil tidak valid ada kemungkinan responden tidak mengerti dengan pertanyaan yang kita ajukan. Kriteria dalam pengambilan keputusan uji validitas adalah sebagai berikut :

- a) Jika r hitung $>$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut valid.
- b) Jika r hitung $<$ r tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid
- c) Nilai hasil/Output SPSS dapat dilihat pada kolom *pearson correlation sig.*
(2-tailed)

3.5.3.2 Uji Reabilitas

Menurut Hafni Sahir, (2021:33) reabilitas adalah menguji kekonsistenan jawaban responden. Reabilitas dinyatakan dalam bentuk angka, biasanya sebagai koefisien. Semakin tinggi koefisien maka reabilitas atau konsistensi jawaban responden tinggi. Menurut Sekaran (dikutip di Priyatno, 2016 : 158) reabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

3.5.4 Tranformasi data

Data dari jawaban responden adalah bersifat ordinal, syarat untuk bisa menggunakan analisis regresi adalah paling minimal skala dari data tersebut harus dinaikan menjadi skala interval, melalui method of successive interval (MSI). Skala interval menentukan perbedaan, urutan dan kesamaan perbedaan dalam variabel, karena itu skala interval lebih kuat dibandingkan skala nominal dan ordinal. Transformasi data dari skala ordinal ke skala interval dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

1. Perhatikan setiap item pertanyaan dalam kuisisioner.
2. Tentukan beberapa orang responden mendapat skor 1,2,3,4,5 yang disebut frekuensi
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyakna responden yang disebut proporsi
4. Hitung proporsi kumulatif (pk)
5. Gunakan tabel nominal, hitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif
6. Nilai densitas normal (fd) yang sesuai dengan nilai Z

7. Tentukan nilai interval (scale value) untuk setiap skor jawaban.

$$\text{Nilai interval} = \frac{(density\ at\ lower) - (density\ at\ upper\ limit)}{(area\ under\ upper\ limit) - (area\ under\ lower\ limit)}$$

Dimana :

- a. *Area under upper limit* : daerah dibawah batas atas
- b. *Density at upper limit* : kepadatan batas atas
- c. *Density at lower limit* : kepadatan batas bawah
- d. *Area under lower limit* : daerah dibawah batas bawah

8. Sesuai dengan nilai skala ordinal ke interval, yaitu skala value (SV) yang nilainya terkecil (harga negative yang terbesar) diubah menjadi sama dengan 1 (satu)

3.6 Uji Asumsi Klasik

Menurut Priyatno (2017:107) Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidak nya normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastis pada model regresi. Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Harus terpenuhinya asumsi klasik adalah agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujiannya terpercaya. Apabila ada satu syarat saja yang tidak terpenuhi, maka hasil analisis regresi tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*).

3.6.1 Uji Normalitas

Menurut Hafni Sahir (2021:69) Uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Uji ini menggunakan metode kolmogorov smirnov, dengan ketentuan sebagai berikut :

- a) Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka data terdistribusi secara normal.
- b) Apabila nilai probabilitas $< 0,05$ maka, data tidak terdistribusi normal.

3.6.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno,(2017:120) Multikolinearitas berarti antarvariabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1). Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Konsekuensi adanya multikolinearitas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar. Metode uji multikolinearitas dalam penelitian ini yaitu *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Untuk melihat apakah ada gangguan multikolinearitas atau tidak yang diperhatikan sebagai berikut :

- Jika nilai-nilai *tolerance* berada diatas 0,10 artinya terbebas dari gangguan multikolinearitas
- Jika angka VIF di tabel koefisien kurang dari 10 maka tebebas dari gangguan multikolinearitas

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Hafni Sahir (2021:69-70) Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain atau pada model regresi. Metode yang digunakan adalah uji glesser. Dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi antar variabel lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas
- Jika nilai signifikansi antar variabel kurang dari 0,05 maka terjadi masalah heteroskedastisitas

3.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno, (2017:169) analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengerahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih independen dengan satu variabel dependen. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian *Handphone* merk Oppo pada mahasiswa/i fakultas ekonomi dan bisnis universitas baturaja angkatan 2023. Pembuktian terhadap hipotesis pada penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda dengan variabel bebas.

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi dengan variabel X_1, X_2

X_1 = Harga

X_2 = Citra merek

e = Kesalahan (*error term*)

3.8 Uji Hipotesis

Setelah diperoleh koefisien regresi langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian terhadap koefisien – koefisien tersebut. Ada dua tahap yang harus dilakukan dalam pengujian yaitu

3.8.1 Uji-t (Pengujian Secara Individu/Parsial)

Menurut Priyatno, (2017:184) Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Langkah – langkah uji-t sebagai berikut :

- 1) Menentukan hipotesis
 - a) Pengujian hipotesis harga terhadap keputusan pembelian *Handphone* merk Oppo pada mahasiswa/i fakultas ekonomi dan bisnis universitas baturaja angkatan 2023.

$H_0 : b_1 = 0$ artinya, tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Handphone* merk Oppo pada mahasiswa/i fakultas ekonomi dan bisnis universitas baturaja angkatan 2023.

$H_a : b_1 \neq 0$ artinya, ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Handphone* merk Oppo pada mahasiswa/i fakultas ekonomi dan bisnis universitas baturaja angkatan 2023.

- b) Pengujian hipotesis citra merek terhadap keputusan pembelian *Handphone* merk Oppo pada mahasiswa/i fakultas ekonomi dan bisnis universitas baturaja angkatan 2023.

$H_0 : b_2 = 0$ artinya, tidak ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *Handphone* merk Oppo pada mahasiswa/i fakultas ekonomi dan bisnis universitas baturaja angkatan 2023.

$H_a : b_2 \neq 0$ artinya, ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *Handphone* merk Oppo pada mahasiswa/i fakultas ekonomi dan bisnis universitas baturaja angkatan 2023.

- 2) Menentukan tingkat signifikan

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$)

- 3) Menentukan t_{hitung}

Nilai t_{hitung} diolah menggunakan bantuan program SPSS 16

- 4) Menentukan t_{tabel}

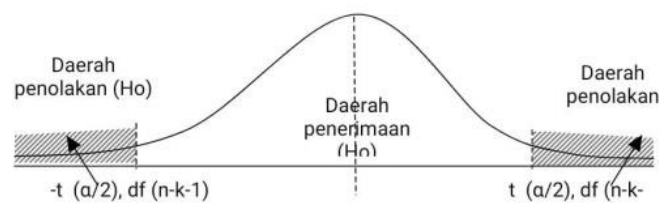
Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus, dan k adalah jumlah variabel independent)

5) Kriteria pengujian

- Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima
- Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

6) Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

7) Gambar

8) Menyimpulkan apakah H_0 diterima atau ditolak

3.8.2 Uji –F (Pengujian Secara Bersama-sama/Simultan)

Menurut Priyatno, (2017:63) Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel dependen. Artinya variabel X_1 dan variabel X_2 secara bersama-sama diuji apakah ada pengaruh atau tidak. Langkah melakukan uji yaitu :

1) Menentukan hipotesis

$H_0 : b_1, b_2 = 0$ artinya, tidak ada pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian *Handphone* merk Oppo pada mahasiswa/i fakultas ekonomi dan bisnis universitas baturaja angkatan 2023.

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$ artinya, ada pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian *Handphone* merk Oppo pada mahasiswa/i fakultas ekonomi dan bisnis universitas baturaja angkatan 2023.

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$)

3) Menentukan F_{hitung}

Nilai F_{tabel} diolah menggunakan bantuan program SPSS 16

4) Menentukan F_{tabel}

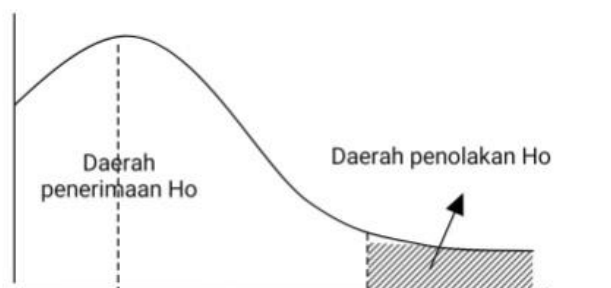
Tabel distribusi F dicari pada tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$ (uji satu sisi), df 1 (jumlah variabel – 1) dan dan df (n-k-1) (n adalah jumlah kasus, dan k adalah jumlah variabel independent)

5) Kriteria pengujian

- Jika nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

6) Membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel}

7) Gambar



8) Kesimpulan

Menyimpulkan apakah H_0 diterima atau ditolak

3.9 Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Santoso (dikutip di I. Y. Astuti, 2021:46) menyatakan bahwa koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam

persamaan suatu regresi. Untuk mendapatkan nilai koefisien determinasi dirumuskan sebagai berikut :

$$R^2 = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.2)$$

Dimana :

R^2 = Determinasi

r^2 = Korelasi

3.10 Batasan Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Harga	Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Deliyanti (dikutip di Sudaryono, 2016:216)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian <p>Menurut Kotler (dikutip di Indrasari, 2019:42)</p>
Citra Merek	Citra merek merupakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>The level of physical attributes (Mengenai nama</i>

	<p>asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat merek tertentu</p> <p>Menurut (Indrasari, 2019:94)</p>	<p>merek, logo atau lambang merek</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. <i>The level of the functional implication</i> (resiko atau manfaat yang diperoleh) 3. <i>The psychosocial implication</i> (perasaan senang dan nyaman ketika memakainya) <p>Da Silva dan Alwi (dikutip dari Indrasari, 2019:102)</p>
Keputusan Pembelian	<p>Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian.</p> <p>Kotler dan Amstrong (dikutip di zusrony, 2021:35)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan dalam membeli sebuah produk 2. Pemrosesan informasi untuk sampai kepemilihan merek 3. Kemantapan pada sebuah produk 4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 5. Melakukan pembelian ulang <p>Kotler (dikutip di Indrasari, 2019:75)</p>