

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode Penelitian adalah cara ilmiah yang dilakukan untuk memperoleh suatu data dengan kegunaan dan tujuan tertentu. Penelitian ini merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan pengetahuan dan menyelidiki masalah tertentu. (Sugiyono,2017).

Menurut Sugiyono, (2003:14) terdapat 2 jenis penelitian yaitu:

1. Penelitian kuantitatif, adalah penelitian dengan memperoleh data dm bentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.
2. Penelitian kualitatif, data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar.

Berdasarkan teori tersebut diatas, maka penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pendekatan deskriptif, data yang diperoleh dari subyek penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian replikasi. Penelitian replikasi merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengadopsi variabel, indikator, objek penelitian, sebelumnya.

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang atau objek yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya dalam kelompok itu (Sugiyono, 2002). Berdasarkan telaah pustaka dan perumusan hipotesis, maka variabel-variabel penelitian adalah:

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas atau independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya atau variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebasnya adalah Fitur (X1) dan Harga (X2), (Sugiyono, 2002).

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (independen). Dalam penelitian ini merupakan variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y), (Sugiyono, 2002).

3.3.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur, sehingga peneliti dapat mengetahui baik buruknya pengukuran tersebut. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

3.3.2 Fitur

Fitur adalah sarana untuk menyesuaikan produk bisnis tersebut dari produk pesaing (Kotler dan Armstrong (2008: 273)). Fitur adalah karakteristik yang terdapat pada suatu alat elektronik seperti televisi, ponsel, dan lain sebagainya. Dalam sebuah produk atau barang, fitur merupakan elemen yang sangat penting, dan fungsi fitur tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembeli untuk memilih suatu barang atau produk. Hal ini menyimpulkan bahwa fitur adalah bagian yang berpengaruh dalam suatu produk.

Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur Fitur berdasarkan jurnal Kotler dan Armstrong (2008 : 219), yaitu :

1. Keragaman Fitur

Fitur yang ada di aplikasi Netflix cukup beragam

2. Kualitas Fitur

Kualitas Fitur yang ada di aplikasi Netflix sesuai dengan harapan

3. Kepentingan Fitur

Fitur yang ada di Netflix bisa mengakomodir kesenangan dan kenyamanan penonton

4. Kelengkapan Fitur

Kategori yang ada di aplikasi Netflix cukup lengkap

3.3.3 Harga

Harga merupakan salah satu variabel bauran pemasaran yang paling penting dalam manajemen pemasaran. Harga juga merupakan salah satu variabel bauran pemasaran yang paling fleksibel. Menurut Kotler (2019: 131), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu.

Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur Harga berdasarkan jurnal Kotler dan Amstrong (2012 : 52), yaitu :

1. Harga berlangganan Netflix terjangkau
2. Tidak ada biaya/harga tambahan saat berlangganan Netflix
3. Netflix menampilkan transparansi harga saat promosi maupun pembelian
4. Kesesuaian Harga dengan kualitas

3.3.4 Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian adalah sebuah hak atau keputusan dari konsumen untuk membeli atau tidak membeli terhadap produk. Biasanya faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk, barang atau jasa, konsumen selalu mempertimbangkannya melalui kualitas, harga, dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli. Sebelum membeli suatu produk, konsumen akan melewati beberapa tahap proses pembelian. Pengambilan keputusan merupakan kegiatan individu yang terlibat langsung dalam proses

pembelian barang yang ditawarkan oleh perusahaan. (Kotler dan Keller, 2014:190).

Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur Keputusan Pembelian berdasarkan jurnal Kotler dan Keller (2012 : 184), yaitu :

1. Pemilihan Produk

Saya memilih aplikasi Netflix karena banyak pilihan Fitur di dalamnya.

2. Pemilihan Merek

Netflix menawarkan banyak pilihan film maupun fitur pelengkap terbaru.

3. Pemilihan Penyalur

Saya memilih aplikasi Netflix karena dapat diandalkan sebagai penyalur kategori film yang baik dan berkualitas

4. Waktu dan jumlah pembelian

Saya memutuskan untuk berlangganan Netflix karena metode pembayarannya sangat mudah.

3.4 Lokasi dan Periode Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Semarang tepatnya di Universitas Nasional Karangturi Semarang, karena sebagian mahasiswa di kampus pasti menggunakan layanan video berbasis *online/streaming*.

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Menurut Sugiyono (2016:117)). Populasi yang dilakukan dalam penelitian ini berjumlah 322 orang yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Nasional Karangturi Semarang.

3.6 Teknik Penentuan Besar Sampling

Teknik yang digunakan dalam metode penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel untuk tujuan tertentu saja dan dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang ada pada responden (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, peneliti menentukan sampel berjumlah 125 orang yang memiliki aplikasi Netflix dari 322 jumlah keseluruhan mahasiswa aktif yang berkuliah di Universitas Nasional Karangturi Semarang.

3.7 Teknik Sampling

Teknik yang digunakan dalam melakukan pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, alasan dalam menggunakan teknik *purposive sampling* ini yaitu karena sesuai dengan metode penelitian kuantitatif atau penelitian tanpa melakukan generalisasi. (Sugiyono,2016). Dalam penelitian ini, peneliti menentukan keseluruhan populasi adalah sample sejumlah 125 orang mahasiswa yang memiliki dan menggunakan aplikasi Netflix.

3.8 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu dari mana subjek data tersebut dapat diperoleh dan adanya informasi kejelasan tentang bagaimana cara mengambil dan mengolah data tersebut. Sumber data menurut Nur Indrianto dan Bambang Supomo (2013:142) yaitu sumber data merupakan faktor yang penting dalam pertimbangan dan penentuan metode pengumpulan data. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder.

3.9 Metode Pengumpulan Data

Data adalah sebuah informasi dari media maya yang dapat dibedakan dengan data lain, dan dapat dianalisis secara relevan dari menggunakan program tertentu. Metode Pengumpulan data adalah proses terkumpulnya informasi-informasi tentang variabel penelitian yang mempunyai target dalam suatu sistem yang baik dan memungkinkan seseorang untuk menjawab pertanyaan yang logis dan mengevaluasi hasil pertanyaan tersebut. Menurut Sugiyono (2013), Metode pengumpulan data adalah langkah paling strategis dalam metode penelitian, karena hasil dari pengumpulan data penelitian tersebut yaitu mendapatkan data. Metode ini juga merupakan langkah-langkah yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.

3.9.1 Kuesioner

Kuesioner adalah suatu daftar yang berisi beberapa pertanyaan mengenai suatu masalah dalam bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, peneliti menyebarkan kuisoner kepada responden (orang-

orang yang akan menjawab pertanyaan yang diajukan untuk kepentingan sebuah penelitian. Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner yaitu teknik pengumpulan suatu data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan kepada responden untuk dijawab atau ditanggapi.

Dalam kuesioner penelitian ini menggunakan pernyataan yang mengacu indikator tiap variabel , pada tabel 1 tentang fitur, tabel 2 tentang harga dan tabel 3 tentang keputusan pembelian. Dalam pertanyaan kuesioner metode penelitian ini yang mencakup variabel mengenai fitur, yaitu:

1. Fitur yang ada di aplikasi Netflix cukup beragam
2. Kualitas Fitur yang ada di aplikasi Netflix sesuai dengan harapan
3. Fitur yang ada di Netflix bisa mengakomodir kesenangan dan kenyamanan penonton.
4. Kategori yang ada di aplikasi Netflix cukup lengkap

Dalam pertanyaan kuesioner metode penelitian ini yang mencakup variabel mengenai harga, yaitu :

1. Harga berlangganan Netflix terjangkau Netflix
2. Tidak ada biaya/harga tambahan saat berlangganan Netflix
3. Netflix menampilkan transparansi harga saat promosi maupun pembelian
4. Harga yang ditawarkan di aplikasi Netflix sesuai dengan kualitas

Harga yang Netflix tawarkan sudah sesuai dengan kualitas aplikasinya. Dalam pertanyaan kuesioner metode penelitian ini yang mencakup variabel mengenai keputusan pembelian, yaitu:

1. Netflix menawarkan banyak pilihan film maupun fitur pelengkap terbaru
2. Saya memilih aplikasi Netflix karena dapat diandalkan sebagai penyalur kategori film yang baik dan berkualitas
3. Saya memutuskan untuk berlangganan Netflix karena metode pembayarannya sangat mudah

Jawaban dalam kuesioner tersebut mengarah pada skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang tentang keadaan lingkungan sosial Sugiyono (2018:152). Adanya skala *likert* ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif dan pertanyaan yang dipakai di kuesioner ini berhubungan dengan tiap variabel penelitian. Istilah atau pengambilan nama skala *likert* diambil nama seorang ahli psikolog yaitu Rensis Likert yang berasal dari Amerika Serikat.

3.10 Analisis Data

Analisis data adalah analisis sebuah penelitian yang bersifat kuantitatif dan memiliki hasil pengolahan data yang memberikan suatu jawaban dari responden terhadap pertanyaan dari sebuah kuesioner. Analisis ini juga menggunakan model matematis terhadap suatu data. Setelah data penelitian dari seluruh koresponden terkumpul, selanjutnya peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari keseluruhan responden dan melakukan perhitungan pada data, hal itu dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian tersebut. Analisis data juga digunakan untuk menguji suatu hipotesis, karena

data yang dikumpulkan untuk mengetahui pengaruh diantara variabel Independen (X1), (X2) terhadap variabel Dependen (Y).

3.11 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis data yang mengacu pada identitas responden dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Analisis ini dikelompokkan menjadi satu berdasarkan jawaban yang harus sama, lalu dipersentasekan berdasarkan jumlah data responden yang ada. Dimana variabel Fitur (X1), Harga (X2) dan keputusan pembelian (Y), Di bawah ini sudah disediakan atau ditampilkan skala likert untuk lebih jelasnya. Tingkat persetujuan yang dimaksud skala *likert* ini memiliki 1-7 pilihan, yang mempunyai gradasi dari Sangat Setuju Sekali (SSS) hingga Sangat Tidak Setuju Sekali (STSS), dan berikut ini tingkatannya.

Skala *Likert*

Tabel 3.1 Skala Likert

No	Jawaban	bobot	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju Sekali	7	1
2	Sangat Setuju	6	2
3	Setuju	5	3
4	Ragu – Ragu	4	4
5	Tidak Setuju	3	5
6	Sangat Tidak Setuju	2	6
7	Sangat Tidak Setuju Sekali	1	7

3.12 Uji Instrumen

3.12.1 Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan data yang terjadi pada objek dengan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Uji ini juga dilakukan untuk mengukur data yang telah didapat setelah melakukan penelitian secara valid atau tidak, dengan menggunakan kuesioner. Uji validitas ini dilakukan kepada 100 mahasiswa (responden) di Universitas Nasional Karangturi Semarang. Berikut rumus uji validitas, yaitu :

$$r \text{ hitung} = \frac{n \sum XY - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Gambar 3.1 Uji Validitas

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

$\sum XY$ = Hasil perkalian dari variabel x dan y

$\sum X$ = Hasil nilai dari variabel x

$\sum Y$ = Hasil dari nilai variabel y

$\sum X^2$ = Hasil pangkat dari nilai variabel x

$\sum Y^2$ = Hasil pangkat dari nilai variabel y

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan aplikasi program SPSS dan perhitungannya disajikan sebagai berikut:

1. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

3. Nilai r hitung dapat dilihat pada kolom *corrected* item total *correlation*.

3.12.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas uji yang digunakan untuk menguji instrumen yang digunakan apakah reliabel atau tidak. Uji ini bisa dikatakan Reliabel jika terdapat kesamaan data dalam waktu yang cukup berbeda. Pengujian reliabilitas ini menggunakan teknik analisis yang dikembangkan oleh Alpha Cronbach. Pada pengujian reliabilitas ini, α dinilai reliabel jika lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2005:129).

Adapun aturan dalam menentukan atau menilai, apakah suatu instrumen bersifat reliabel atau tidak, yaitu:

- a. Jika angka atau nilai reliabilitas menurut Cronbach Alpha lebih dari angka 0,6, maka instrumen tersebut memiliki pernyataan reliabel dan kuesioner dapat dipercaya serta dapat digunakan.
- b. Jika angka atau nilai reliabilitas menurut Cronbach Alpha kurang dari angka 0,6 maka instrument bisa tersebut memiliki pernyataan tidak reliabel dan kuesioner tidak dapat dipercaya serta tidak dapat digunakan. Menurut Suharsimi Arikunto (2010:239), Rumus yang digunakan Cronbach Alpha untuk mencari suatu reliabilitas instrumen yang skornya tidak 1 atau 0, contohnya angket atau soal yang berbentuk uraian. Berikut rumus menurut Cronbach Alpha :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Gambar 3.2 Uji Reliabilitas

Keterangannya:

r_{11} : Realibilitas koefesien

k : Jumlah pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$: Jumlah varian per butir

$\sigma^2 t$: Total varians

Untuk menjelaskan tingkat dari instrument yaitu dengan menggunakan pedoman menurut Suharsimi Arikunto (2008:75) dalam bentuk tabel sebagai berikut, yaitu:

Tabel 3.2 Uji Reliabilitas

Besarnya r	Interpretasi
Antara 0.80 sampai dengan 1.00	Sangat Kuat
Antara 0.60 sampai dengan 0.80	Kuat
Antara 0.40 sampai dengan 0.60	Cukup kuat
Antara 0.20 sampai dengan 0.40	Rendah

3.13 Uji Hipotesis

3.13.1 Pengujian hipotesis statistik secara simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel yang terikat di dalam suatu penelitian. Uji F ini juga untuk menguji model regresi yang telah digunakan mempunyai pengaruh yang signifikan atau non signifikan. Statistik uji yang digunakan pada pengujian simultan ini menggunakan uji F dengan rumus sebagai berikut:

$$F_n = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Gambar 3.3 Uji F

Di mana:

r : Koefisien korelasi berganda

n : Jumlah sampel

k : Banyaknya komponen variabel bebas

Untuk pernyataan pengujian pengaruh simultan digunakan rumus hipotesis sebagai pengujian terhadap α sebesar 0,05, maka uji F nya adalah :

1. Jika terdapat signifikansi $> 0,05$, H_0 diterima : maka Fitur dan Harga secara simultan memiliki pernyataan yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Jika terdapat signifikansi $< 0,05$, H_0 ditolak : maka Fitur dan Harga, secara simultan memiliki pernyataan yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

3.13.2 Pengujian hipotesis statistik secara parsial (Uji t)

Uji T adalah uji yang digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh dari variabel independen secara individu dan untuk menjelaskan isi dari variabel dependen, Ghozali (2011, 98). Uji T juga berguna untuk melihat variabel independen secara individu dan memiliki sebuah pengaruh terhadap variabel dependen dengan asumsi bebas kontran. Kemudian pengujian ini dilakukan dengan menggunakan rumus uji t dengan tingkat signifikan sebesar 5%, yaitu:

$$t = r\sqrt{\frac{n - k - 1}{1 - r^2}}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

r = Nilai korelasi parsial

Kemudian hasil dari hipotesis t hitung dibandingkan dengan tabel, dengan ketentuan yang dijabarkan sebagai berikut:

Jika terdapat signifikansi $> 0,05$, H_0 diterima : Fitur dan harga secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap sebuah keputusan pembelian.

Jika terdapat signifikansi $< 0,05$, H_0 ditolak : maka Fitur dan Harga secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sebuah keputusan pembelian.

3.13.3 Analisis Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan beberapa variasi yang terdapat pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi memiliki nilai antara nol dan satu. Untuk nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan pada variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang amat terbatas (Ghozali (2016)). Rumus koefisien determinasi menurut Imam Ghozali, 2005, yaitu:

$$R_d = R^2 * 100\%$$

Dimana:

K_d = Koefisien determinasi

R^2 = *adjusted R square*