

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis meneliti mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebagai variabel yang akan diuji. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel independen atau variabel bebas (X) dan variabel dependen atau variabel terikat (Y). Dimana harga sebagai variabel bebas yang memiliki empat indikator yakni keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat. Sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel terikat memiliki enam indikator yakni *product choice*, *brand choice*, *dealer choice*, *purchase amount*, *purchase timing* dan *payment method*.

Subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu *smartphone* Oppo seri F, R dan X. Peneliti menjadikan *smartphone* Oppo sebagai subjek penelitian karena pada saat ini adanya data penurunan tingkat penjualan, meskipun perusahaan telah menggunakan berbagai bentuk promosi yang dilakukan guna menjadikan Oppo sebagai *smartphone* pilihan utama konsumen. Responden dalam penelitian ini yaitu *followers* Instagram @oppoindonesia, dengan alasan dipandang lebih mengetahui bagaimana harga *smartphone* Oppo apabila di komparasi dengan merek *smartphone* lain yang setara dengan Oppo.

Waktu penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *Time Horizon Cross Sectional* dalam artian penelitian ini tidak membutuhkan waktu lama, hanya dalam waktu tertentu saja untuk pengambilan sampel yang dimulai pada bulan Mei 2019 hingga Juni 2019.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan verivikatif. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran mengenai harga dan bagaimana gambaran mengenai keputusan pembelian. Sedangkan metode verivikatif dalam penelitian ini akan menguji

bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone* Oppo seri F, R dan X.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu merupakan desain penelitian kausal, yang tujuan utamanya untuk mengetahui hubungan sebab akibat, sehingga bisa mengetahui mana variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi. Maka dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *smartphone* Oppo.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Terdapat dua variabel yang dianalisis dalam penelitian ini, yaitu :

1. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah harga
2. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian

Operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Table 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	Pertanyaan Tertutup	Pertanyaan Terbuka
Harga (X) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk	Keterjangkauan Harga	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X dapat dijangkau oleh seluruh segmentasi konsumen	Ordinal	1	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X cukup terjangkau	Menurut anda apakah harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X terjangkau dan
		Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan daya beli konsumen untuk membeli	Ordinal	2	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan daya beli saya saat ini	sesuai dengan daya beli anda saat ini ?

memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kotler Armstrong (2012)	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan	Ordinal	3	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan kualitas yang saya dapatkan	Menurut anda apakah harga <i>smartphone</i> Oppo seri F,R dan X sesuai dengan kualitas yang anda dapatkan ?
		Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan pelayanan yang didapatkan	Ordinal	4	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan pelayanan yang didapatkan. (seperti misalnya pelayanan <i>after sales</i> (klaim garansi yang mudah), pelayanan <i>customer service</i> yang baik, garansi yang panjang dan berbagai jenis pelayanan lainnya	Menurut anda apakah harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan pelayanan yang didapatkan ? seperti misalnya pelayanan <i>after sales</i>, (klaim garansi yang mudah), pelayanan <i>customer service</i> yang baik, garansi yang panjang dan berbagai jenis pelayanan

						lainnya) dan apakah anda pernah mengalami pengalaman pelayanan lain yang diberikan Oppo ?
	Daya Saing Harga	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X lebih terjangkau dari kompetitor lainnya	Ordinal	5	Harga yang diberikan <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X lebih terjangkau daripada kompetitor lainnya	Menurut anda apakah harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X lebih terjangkau dibandingkan dengan <i>smartphone</i> kompetitor lainnya dan apakah harga yang disediakan tersebut kompetitif dengan kompetitor lainnya ?
		Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X kompetitif dengan kompetitor lain	Ordinal	6	Harga yang diberikan <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X kompetitif dengan kompetitor lainnya	
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan persepsi konsumen	Ordinal	7	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan	Menurut anda apakah harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan persepsi yang anda harapkan

						? misalnya Oppo menawarkan berbagai spesifikasi yang akan anda terima dengan harga yang Oppo tawarkan.
		Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan nilai/manfaat yang didapatkan konsumen	Ordinal	8	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan nilai/manfaat yang didapatkan	Menurut anda apakah harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan manfaat yang anda terima ?
Keputusan Pembelian(Y) Keputusan pembelian adalah proses ketika konsumen memilih apa yang paling disukai, terdapat dua faktor yang menempatkan konsumen	<i>Product Choice</i>	Tingkat resiko kerusakan produk yang rendah	Ordinal	9	<i>Smartphone</i> Oppo seri F, R dan X memiliki tingkat resiko kerusakan yang rendah	Menurut anda apakah <i>smartphone</i> Oppo memiliki tingkat resiko kerusakan yang rendah ? misalnya LCD yang sudah menjangkau teknologi <i>gorilla glass</i> /IPC (anti pecah), baterai

dalam proses ini yaitu niat membeli dan melakukan pembelian. Kotler Keller (2016)						yang tahan lama digunakan diberbagai aktivitas, teknologi tanah air, guncangan, debu dll, <i>design</i> tahan benturan dan berbagai resiko lainnya.
		Kesesuaian produk dengan yang diharapkan konsumen.	Ordinal	10	<i>Smartphone</i> Oppo seri F, R dan X memiliki kesesuai dengan harapan konsumen	
	<i>Brand Choice</i>	Ketertarikan konsumen terhadap persepsi merek produk.	Ordinal	11	Saya merasa tertarik untuk membeli <i>smartphone</i> Oppo karena persepsi mereknya (Seperti persepsi akan kamera yang baik, ambassador Oppo adalah artis-artis yang terkenal dan persepsi positif lainnya yang	Apakah anda tertarik/berminat untuk membeli <i>smartphone</i> Oppo karena persepsi merek dan popularitas mereknya? seperti kamera yang baik, <i>ambassador</i>

					konsumen ketahui)	Oppo adalah artis-artis yang terkenal dan persepsi lainnya yang konsumen ketahui.
		Ketertarikan konsumen berdasarkan popularitas merek produk.	Ordinal	12	Saya membeli <i>smartphone</i> Oppo karena popularitas mereknya yang sudah terkenal	
	Dealer Choice	Kemudahan dalam menemukan <i>official store</i> .	Ordinal	13	Saya dapat dengan mudah menemukan <i>authorized dealers/official store/toko resmi</i> yang menjual <i>smartphone</i> Oppo	Apakah anda dapat dengan mudah menemukan <i>authorised dealers/official store/toko resmi</i> yang menjual <i>smartphone</i> Oppo ? seperti <i>authorised dealers</i> mudah dijangkau, pertengahan kota, atau bahkan dekat dari rumah.
		Kemudahan dalam menemukan layanan resmi <i>service center</i> .	Ordinal	14	Saya dapat dengan mudah menemukan <i>authorized service</i>	Apakah anda dapat dengan mudah menemukan <i>authorized</i>

					<i>provider/layanan resmi service center smartphone Oppo</i>	<i>service provider/layanan resmi service center smartphone Oppo ? seperti authorized service provider mudah dijangkau, pertengahan kota, atau bahkan dekat dari rumah.</i>
	<i>Purchase Amount</i>	Tingkat <i>repeat order</i> dalam membeli <i>smartphone</i> Oppo.	Ordinal	15	Saya akan melakukan <i>repeat order</i>/pembelian ulang terhadap <i>smartphone</i> Oppo Seberapa banyak anda akan melakukan <i>repeat order</i>/pembelian ulang terhadap <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X	Setelah anda memiliki <i>smartphone</i> Oppo apakah anda kedepannya akan melakukan <i>repeat order</i>/pembelian ulang pada <i>smartphone</i> Oppo ? alasannya ?

		Tingkat rekomendasikan produk <i>smartphone</i> Oppo kepada orang lain.	Ordinal	16	Saya akan merekomendasi kan <i>smartphone</i> Oppo kepada orang lain Seberapa banyak anda akan merekomendasi kan <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X kepada orang lain	Apakah anda akan merekomendas ikan <i>smartphone</i> Oppo kepada orang lain ? alasan nya ?
	<i>Purchase Timing</i>	Kehadiran produk sesuai dengan perkembangan zaman.	Ordinal	17	<i>Smartphone</i> Oppo selalu menghadirkan <i>smartphone</i> yang sangat sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini	Menurut anda apakah <i>smartphone</i> Oppo selalu hadir sesuai dengan perkembangan teknologidan
		Kesesuaian produk yang dihadirkan sesuai dengan permintaan pasar.	Ordinal	18	<i>Smartphone</i> Oppo selalu menghadirkan <i>smartphone</i> yang sangat sesuai dengan perkembangan pasar	sesuai dengan perkembangan pasar ? seperti saat ini tercipta LCD <i>full size</i> , baterai dengan kapasitas yang besar, RAM dan penyimpanan internal dengan kapasitas yang

						besar membuat konsumen mudah menyimpan berbagai dokumen, kamera dengan fixel yang tinggi sehingga membuat tangkapan gambar semakin lebih jelas dan berbagai perkembangan teknologi dan tuntutan konsumen lainnya.
	<i>Payment Method</i>	Keragaman metode pembayaran yang disediakan saat membeli <i>smartphone</i> Oppo	Ordinal	19	Metode pembayaran yang sangat beragam ketika membeli <i>smartphone</i> Oppo di <i>authorized dealers/official store</i> /toko resmi yang menjual <i>smartphone</i> Oppo	Menurut anda apakah terdapat keragaman dan kemudahan dalam metode pembayaran ketika anda membeli <i>smartphone</i>

		Kemudahan konsumen melakukan transaksi dengan berbagai metode ketika membeli <i>smartphone</i> Oppo	Ordinal	20	Transaksi pembelian yang sangat mudah dengan berbagai metode pembayaran di <i>authorized dealers/official store/toko resmi</i> yang menjual <i>smartphone</i> Oppo	Oppo di <i>authorised dealers/official store/toko resmi</i> yang menjual <i>smartphone</i> Oppo ? seperti terdapat berbagai metode pembayaran <i>cash/kredit/debit</i> ?
--	--	---	---------	----	--	--

3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Diperlukan pengumpulan data terlebih dahulu yang berkaitan dengan penelitian dalam melakukan pengolahan data untuk menghasilkan sebuah informasi. Terdapat dua sumber data dalam penelitian ini, yaitu :

1. Sumber Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari tangan pertama subjek penelitian atau responden atau informan. Data primer pada penelitian ini didapatkan dari responden *followers* Instagram @oppoindonesia.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data pelengkap yang diperoleh tidak melalui tangan pertama, melainkan melalui tangan kedua, ketiga atau seterusnya. Beberapa peneliti selalu mencontohkan dokumen seperti literatur atau naskah akademik, koran, majalah, pamflet, dan lain sebagainya sebagai data sekunder. Data

sekunder pada penelitian ini didapatkan dari berbagai literatur seperti buku, jurnal, skripsi, website dan artikel.

Table 3.2
Jenis dan Sumber Data

No	Tujuan Penelitian	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Mendapatkan data yang bersifat numerik mengenai pendapat responden terhadap harga pada produk <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X	Kuesioner penelitian harga pada <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X	Primer	100 orang responden <i>followers</i> Instagram @oppoindonesia
2	Mendapatkan data yang bersifat numerik mengenai pendapat responden terhadap keputusan pembelian pada produk <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X	Kuesioner penelitian keputusan pembelian pada <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X	Primer	100 orang responden <i>followers</i> Instagram @oppoindonesia
3	Mendapatkan informasi secara verbal mengenai harga pada produk <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X	Wawancara kuesioner penelitian harga pada <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X	Primer	15 orang responden <i>followers</i> Instagram @oppoindonesia
4	Mendapatkan informasi secara verbal mengenai keputusan pembelian pada produk <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X	Wawancara kuesioner penelitian keputusan pembelian pada <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X	Primer	15 orang responden <i>followers</i> Instagram @oppoindonesia

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi yang berguna untuk tujuan penelitian. Alat atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa studi literatur, kuesioner dan wawancara . Dalam peneitian ini instrumen penelitian yang digunakan yaitu :

1. Studi literatur, yaitu teknik pengumpulan data berdasarkan referensi teori-teori yang sudah ada dan berkaitan dengan tujuan penelitian.
2. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyebar sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan tujuan penelitian kepada responden yang dianggap mampu dapat mengisi pertanyaan-pertanyaan yang peneliti ajukan. Peneliti menggunakan kuesioner sebagai pelantara pengumpulan data dengan menggunakan *Google Forms*.
3. Wawancara, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara bertatap muka dengan responden, yang bertujuan untuk menanyakan hal yang ingin lebih diketahui dari data hasil kuesioner yang sudah responden/narasumber isi guna untuk mendapatkan keselarasan antara data dengan pendapat dan kondisi yang sebenarnya terjadi dilapangan. Pada penelitian ini, responden wawancara berjumlah 15 orang yang sudah mengisi kuesioner *online* dan dianggap mengetahui mengenai *smartphone* Oppo seri F, R dan X.

3.5 Populasi, Sample dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi dan Sampel

Menurut se (2016 :61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. 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 yang diteliti itu. Populasi pada penelitian ini yaitu *followersofficial* Instagram Oppo @oppoindonesiadengan jumlah *followers* yaitu 638.000 orang per tanggal 8 Februari 2018. Dalam penelitian ini penentuan jumlah responden dilakukan dengan sampel.

Sedangkan sampel menurut sugiyono (2016 : 62) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. 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. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan

untu populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus netul-betul representatif (mewakili).

Untuk mengetahui ukuran sampel maka dilakukan penghitungan dengan menggunakan rumus *slovin* untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan sebagai bahan penelitian ini (V. Wiratna Sujarweni, 2014 : 16) .

$$n = \frac{N}{(1+N.(e)^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Total Populasi

e = Batas Toleransi Error

Berdasarkan rumus *slovin* maka dapat diukur besarnya sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{638.000}{(1+638.000.(0,1)^2)}$$

$$n = \frac{638.000}{6,381}$$

$$n = 99.984 \sim 100$$

Berdasarkan perhitungan maka diperoleh nilai sampel sebesar 99.984 yang dibulatkan menjadi 100 sampel. Survey ini dikhususkan kepada *followers* Instagram @oppoindonesia.

3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2016 :62) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel, yang bertujuan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* dibagi menjadi enam macam yaitu *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling insidental*, *sampling purposive*, *sampling jenuh* dan *snowball sampling*.

Dalam penelitian ini metode *nonprobability sampling* yang digunakan yaitu *sampling purposive*. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam *sampling purposive* yang digunakan peneliti saat ini, sampel diambil berdasarkan tujuan tertentu sehingga tujuan tersebut bisa dipenuhi. Adapun kriteria dari sampel pada penelitian ini yaitu responden yang menggunakan dan responden yang pernah menggunakan produk *smartphone* Oppo seri F, R atau X. Sampel yang digunakan sebagai responden dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram @oppoindonesia.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Abuzar, Puguh dan Agus (2016 : 143-147) uji validitas merupakan suatu instrumen penelitian dianggap dapat menghasilkan data yang valid, apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Jika terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti maka hasil penelitian tersebut dapat dikatakan valid. Validitas berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Selain itu, validitas pada hakikatnya adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Pengujian validitas isi atau lebih dikenal dengan istilah validitas butir instrume adalah berkaitan dengan definisi bahwa suatu butir instrume penelitian dapat dikatakan valid bilamana instrument tersebut dapat mengukur variabel yang diteliti secara tepat atau dengan kata lain ada kecocokan diantara apa yang diukur dengan tujuan pengukuran. Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas butir menggunakan korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X_{i^2}$ = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y

$\sum Y_{i^2}$ = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X

N = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas responden ditentukan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden peneliti dikatakan valid jika r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden peneliti dikatakan tidak valid jika r hitung lebih kecil dari r tabel ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Koefisien Korelasi Dalam Uji Validitas :

Table 3.3
Koefisien Korelasi Dalam Uji Validitas

Nilai	Keterangan
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Cukup
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,00 sampai dengan 0,200	Sangat rendah
Dibawah < 0,00	Tidak valid

Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas menggunakan SPSS 16.0 *for windows* :

Table 3.4
Hasil Pengujian Validitas pada Variabel X (Harga)

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Keterjangkauan Harga				
1	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X cukup terjangkau	0.583	0.361	Valid
2	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan daya beli saya saat ini	0.602	0.361	Valid
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk				
3	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan kualitas yang didapatkan	0.728	0.361	Valid
4	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan pelayanan yang didapatkan. (seperti misalnya pelayanan <i>after sales</i> (klaim garansi yang mudah), pelayanan <i>customer service</i> yang baik, garansi yang panjang dan berbagai jenis pelayanan lainnya	0.608	0.361	Valid
Daya Saing Harga				
5	Harga yang diberikan <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X lebih terjangkau daripada kompetitor lainnya	0.765	0.361	Valid
6	Harga yang diberikan <i>smartphone</i> Oppo seri	0.679	0.361	Valid

	F, R dan X kompetitif dengan kompetitor lainnya			
Kesesuaian Harga dengan Manfaat				
7	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan persepsi konsumen	0.743	0.361	Valid
8	Harga <i>smartphone</i> Oppo seri F, R dan X sesuai dengan nilai/manfaat yang didapatkan	0.653	0.361	Valid

Berdasarkan tabel 3.4 dapat diketahui bahwa seluruh butir pertanyaan dari setiap indikator pada variabel X (Harga) dinyatakan valid, hal tersebut dikarenakan hasil r hitung lebih besar daripada r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

Table 3.5
Hasil Pengujian Validitas pada Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Product Choice</i>				
1	<i>Smartphone</i> Oppo seri F, R dan X memiliki tingkat resiko kerusakan yang rendah	0.439	0.361	Valid
2	<i>Smartphone</i> Oppo seri F, R dan X memiliki kesesuaian dengan harapan konsumen	0.559	0.361	Valid
<i>Brand Choice</i>				
3	Saya merasa tertarik untuk membeli <i>smartphone</i> Oppo karena persepsi mereknya (Seperti persepsi akan kamera yang baik, ambassador Oppo adalah artis-artis yang terkenal dan persepsi positif lainnya yang konsumen ketahui)	0.397	0.361	Valid
4	Saya membeli <i>smartphone</i> Oppo karena popularitas mereknya yang sudah terkenal	0.449	0.361	Valid
<i>Dealer Choice</i>				
5	Saya dapat dengan mudah menemukan <i>authorized dealers/official store</i> /toko resmi yang	0.516	0.361	Valid

	menjual <i>smartphone</i> Oppo			
6	Saya dapat dengan mudah menemukan <i>authorized service provider</i> /layanan resmi <i>service center smartphone</i> Oppo	0.479	0.361	Valid
<i>Purchase Amount</i>				
7	Saya akan melakukan <i>repeat order</i> /pembelian ulang terhadap <i>smartphone</i> Oppo	0.508	0.361	Valid
8	Saya akan merekomendasikan <i>smartphone</i> Oppo kepada orang lain	0.659	0.361	Valid
<i>Purchase Timing</i>				
9	<i>Smartphone</i> Oppo selalu menghadirkan <i>smartphone</i> yang sangat sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini	0.628	0.361	Valid
10	<i>Smartphone</i> Oppo selalu menghadirkan <i>smartphone</i> yang sangat sesuai dengan perkembangan pasar	0.654	0.361	Valid
<i>Payment Method</i>				
11	Metode pembayaran yang sangat beragam ketika membeli <i>smartphone</i> Oppo di <i>authorized dealers/official store</i> /toko resmi yang menjual <i>smartphone</i> Oppo	0.621	0.361	Valid

12	Transaksi pembelian yang sangat mudah dengan berbagai metode pembayaran di <i>authorized dealers/official store</i> /toko resmi yang menjual <i>smartphone</i> Oppo	0.647	0.361	Valid
----	---	-------	-------	-------

Berdasarkan tabel 3.5 dapat diketahui bahwa seluruh butir pertanyaan dari setiap indikator pada variabel Y (Keputusan Pembelian) dinyatakan valid, hal tersebut dikarenakan hasil r hitung lebih besar daripada r tabel (r hitung $>$ r tabel).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Abuzar, Puguh dan Agus (2016 : 143-147) uji reliabilitas merupakan instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur suatu obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Hasil penelitian dikatakan reliabel, jika terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Untuk menilai apakah suatu instrument yang disusun dapat dikatakan reliabel dapat diukur berdasarkan nilai-nilai reliabilitas yang ada. Penentuan nilai koefisien reliabilitas dapat dihitung dengan menggunakan berbagai formula yang ada seperti formula KR-20, KR-21, *Spearman Brown*, *Flanagan*, *Rulon*, *Hoyt* dan *Alpha Cronbach*. Dalam penelitian ini formula perhitungan yang digunakan yaitu formula *Alpha Cronbach*.

$$\alpha r = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_i^2}\right)$$

Keterangan :

r = Nilai Reliabilitas
k = Banyaknya butiran pertanyaan atau banyaknya soal
 $\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varian tiap item
 σ_i^2 = Varian total

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut :

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah sebagai berikut :
 - a. Memberikan nomor pada angket yang masuk
 - b. Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 skala likert.
 - c. Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan.
 - d. Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden.
 - e. Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item dan kemudian menjumlahkannya.

2. Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrument terlebih dahulu setiap item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varians item $\sum \sigma_i^2$, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan varians total σ_i^2 dengan rumus sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

σ^2 = Varian skor tiap item
 $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat item X
 $(\sum X)^2$ = Jumlah item X yang dikuadratkan
 N = Jumlah responden

3. Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pernyataan dikatakan reliabel
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pernyataan dikatakan tidak reliabel

Penentuan tinggi rendahnya nilai koefisien reliabilitas, digunakan aturan sebagai berikut :

Table 3.6
Kriteria Nilai Reliabilitas

Nilai	Keterangan
$0,91 < r < 1$	Sangat Tinggi
$0,71 < r < 0,91$	Tinggi
$0,51 < r < 0,71$	Cukup Tinggi
$0,31 < r < 0,51$	Rendah
$< 0,31$	Sangat Rendah

3.7 Rancangan Analisis Data

Pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah melalui kuesioner. Setelah data diperoleh, maka tahap selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data agar terlihat terdapat peranan antara variabel harga (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y). Langkah-langkah yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut :

1. *Editing*

Pemeriksaan kelengkapan dan jumlah lembaran kuesioner yang telah diisi responden

2. *Coding*

Pembobotan dari setiap item instrument berdasarkan pada pembobotan untuk jawaban positif dimulai dari skor terbesar sampai terkecil dan untuk jawaban negatif sebaliknya. Pengukuran kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan kuesioner yang dibuat dengan sistem tertutup dan terbuka. Berikut merupakan kriteria dari nilai bobot yang disediakan.

Table 3.7
Kriteria Bobot Nilai Alternatif

Alternatif Jawaban	Bobot Pertanyaan
Sangat setuju dengan pernyataan	5
Setuju dengan pernyataan	4
Cukup dengan pernyataan	3
Tidak Setuju dengan pernyataan	2
Sangat tidak setuju dengan pernyataan	1

3. *Tabulating*

Menghitung hasil skoring yang dituangkan kedalam tabel rekapitulasi secara lengkap untuk seluruh item setiap variabel. Berikut merupakan tabel rekapitulasi pengolahan data.

Table 3.8
Rekapitulasi Pengolahan Data

Responden	Pernyataan				Total
	1	2	...	N	
1					
2					
3					
...					
N					

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Abuzar, Puguh dan Agus (2016 : 185) tujuan analisis statistik deskriptif adalah untuk mendapatkan gambaran umum tentang berbagai karakteristik dari fenomena atau populasi atau masalah yang dipunyai. Biasanya dalam analisis ini disajikan berbagai angka ringkasan statistik, seperti rata-rata, median, modus dan deviasi standar. Di samping itu bisa digunakan juga berbagai penggambaran dengan grafik, gambar, dan diagram, seperti diagram batang dan diagram lingkaran, serta *steam and leaf plot*. Selain itu, analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab dan mendeskripsikan variabel-variabel penelitian antara lain :

1. Analisis deskriptif mengenai harga yang terdiri dari empat indikator yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuai harga dengan manfaat.
2. Analisis deskriptif mengenai keputusan pembelian yang terdiri dari *product choice, brand choice, purchase amount, purchase timing* dan *payment method*.

Rancangan analisis deskriptif yaitu mengolah data dari kuesioner dengan langkah-langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan jumlah skor kriterium (SK)

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan :

SK = skor kriteriaum
ST = skor tertinggi
JB = jumlah butir
JR = jumlah responden

2. Membandingkan jumlah skor hasil angket dengan jumlah skor kriteriaum, untuk mencari jumlah skor hasil skor digunakan rumus :

$$\sum x_i = x_1 + x_2 + x_3 \dots\dots + x_n$$

Keterangan :

x_i = jumlah skor
 $x_1 + x_2$ = jumlah skor angket masing-masing responden

3. Membuat daerah kategori kontinum menjadi lima tingkatan, seperti sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

Kontinum tertinggi dihitung dengan rumus :

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Kontinum terendah dihitung dengan rumus :

$$SK = SR \times JB \times JR$$

Keterangan :

ST = skor tertinggi
SR = skor terendah
JB = jumlah butir
JR = jumlah responden

- b. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan dengan rumus :

$$R = \frac{\text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{5}$$

- c. Menentukan garis kontinum dan daerah letak skor untuk variabel X harga dan variabel Y keputusan pembelian.

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi

Gambar 3.1
Garis Kontinum Variabel X dan Y

4. Membandingkan skor total tiap variabel dengan parameter diatas untuk memperoleh gambaran mengenai harga (X) dan keputusan pembelian (Y).

Adapun variabel yang dideskripsikan terdiri dari variabel harga (X) dan variabel keputusan pembelian (Y). Dalam penafsiran data yang terkumpul, digunakan kaidah persentase dari 0% hingga 100%. Berikut merupakan tabel kriteria penafsiran hasil perhitungan kuesioner.

Table 3.9
kriteria penafsiran hasil perhitungan kuesioner

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0% - 20%	Sangat rendah
2	20% - 40%	Rendah
3	40% - 60%	Cukup
4	60% - 80%	Tinggi
5	80% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono (2016)

3.8.2 Analisis Verifikatif

Selain menggunakan analisis deskriptif, penelitian ini juga menggunakan analisis verifikatif untuk menguji dan membuktikan kebenaran hipotesis yang peneliti ajukan dengan menggunakan teknik uji statistik dan teknik verifikatif ini digunakan untuk

mengetahui hubungan korelasi antara variabel X dan variabel Y yang dirumuskan dalam hipotesis dan di uji pengaruhnya serta signifikansinya. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik MSI (*Method of Successive Interval*). Hal tersebut dilakukan karena dalam statistika parametrik dengan analisis regresi harus menggunakan skala pengukuran interval.

MSI (*Method of Successive Interval*) merupakan metode untuk merubah data ordinal menjadi skala interval berurutan. Sugiyono (2016) menyebutkan langkah-langkah untuk melakukan transformasi data sebagai berikut :

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsisi (p) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ lower\ limit)-(Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ below\ upper\ limit)-(Area\ below\ lower\ limit)}$$

6. Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan tersebut.

Dalam penelitian ini, analisis verifikatif bertujuan untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk *smartphone* Oppo. Dan dalam penelitian ini hanya meneliti dua variabel maka teknik analisa yang digunakan adalah analisis korelasi dan regresi linier sederhana.

3.8.2.1 Uji Asumsi Normalitas

Dalam regresi terdapat nilai residual yang digunakan untuk uji normalitas dengan tujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, , uji normal P-Plot, uji Chi Square, Skewnes dan kurtonis atau uji Kolmogorov smirnov.

Menurut Sugiyono (2016 : 75) bahwa penggunaan *statistic* parametris, bekerja dengan asumsi bahwa data setiap variabel penelitian yang akan dianalisis membentuk distribusi normal. Bila data tidak normal, maka teknik statistik parametris tidak dapat digunakan untuk alat analisis. Sebagai gantinya digunakan teknik statistik lain yang tidak harus berasumsi bahwa data berdistribusi normal. Teknik statistik itu adalah statistik nonparametris sebagai analisisnya, maka penelitian harus membuktikan terlebih dahulu, apakah data yang akan dianalisis itu berdistribusi normal atau tidak.

3.8.2.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti yaitu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Ukuran yang digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut dengan koefisien korelasi (R). Koefisien korelasi merupakan bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan digunakan sebagai penentu arah dari dua atau lebih variabel tersebut.

Table 3.10
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2016)

3.8.2.3 Analisis Regresi Sederhana

Sugiyono (2016 : 261) berpendapat, regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y), dengan persamaan umum sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = harga Y bila $X = 0$ (harga konstan)

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Jika b (+) maka terjadi kenaikan/peningkatan, sedangkan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Harga a dihitung dengan rumus :

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

Harga b dihitung dengan rumus :

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

X dapat mempengaruhi Y bila terjadi perubahan nilai X yang menyebabkan perubahan di Y. Maka naik turunnya X akan mempengaruhi nilai Y dan naik turun akan menyebabkan nilai Y bervariasi. Nilai Y yang bervariasi tersebut tidak hanya disebabkan oleh X, namun masih terdapat faktor lain yang mempengaruhinya. Untuk mengitung besarnya pengaruh variabel X terhadap naik turunnya nilai Y maka dapat dihitung menggunakan koefisien determinasi dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100 \%$$

Keterangan :

KD = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi

3.9 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2016 : 84) hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Uji hipotesis merupakan uji dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat kesinambungan/hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini, variabel independen (X) yaitu harga sedangkan variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H0 : Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian

H1 : Terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan uji statistik dan hipotesis penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

H0 : $r = 0$, harga (X) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

H1 : $r \neq 0$, harga (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)

H0 : hipotesis yang menyatakan tidak terdapat pengaruh/hubungan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

H1 : hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh/hubungan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

Untuk mengetahui ditolak atau tidaknya maka dapat dinyatakan dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H0 ditolak ; H1 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H0 diterima ; H1 ditolak

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima, maka dapat digunakan uji t dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = statistik uji korelasi

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = banyaknya sampel dalam penelitian

Uji Hipotesis (Uji T)

Untuk melihat tingkat signifikansi koefisien korelasi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) maka diperlukan uji hipotesis atau yang biasa disebut dengan Uji T. Uji T bertujuan untuk menguji hipotesis korelasi antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) secara individu.