

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan deskriptif, yaitu penelitian yang hasil analisis pengolahan data penelitian berupa angka-angka dan menggunakan analisis statistik. Deskriptif memberikan pemaparan terhadap obyek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya.³⁶

Pendekatan penelitian ini memiliki sifat empiris, objektif, terukur, sistematis dan memberikan informasi atau temuan tentang hubungan antar dua variabel atau lebih dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³⁷ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Soto Podjok Kota Kediri.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah Soto Podjok Kota Kediri yang beralamat di Jl. Dhoho No. 146, Setono Gedong, Kediri.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

³⁶ Muh. Kasiram, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Malang: UIN Malang Press, 2008), 149.

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), 62.

Populasi menurut Sugiyono adalah bagian dari keseluruhan subjek dan objek penelitian yang dikaji oleh peneliti berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki kemudian diambil kesimpulannya³⁸. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli di Soto Podjok Kota Kediri dengan jumlah yang tidak terhingga (tidak terbatas).

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono adalah bagian dari jumlah populasi yang memiliki karakteristik yang sama untuk diteliti.³⁹ Dalam menentukan ukuran sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan Rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow digunakan karena jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti (tidak terbatas). Adapun rumus Lemeshow sebagai berikut:⁴⁰

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96
- p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5
- d = *Sampling error* = 10%

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 80.

³⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), 62 .

⁴⁰ Stanley Lemeshow, dkk., *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997), 2.

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$
$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$
$$n = 96,04$$

Dengan menggunakan rumus Lemeshow di atas, maka nilai sampel (n) yang didapat sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 96 responden.

D. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel bebas (*independen variable*)

Variabel bebas (*independen variable*) adalah variabel yang merangsang atau memberikan pengaruh variabel lain. Variabel independen merupakan variabel yang dapat diukur variabilitasnya untuk menentukan hubungannya dengan fenomena yang diteliti.⁴¹ Variabel bebas pada penelitian ini adalah persepsi (X). Kotler dan Keller mendefinisikan bahwa persepsi merupakan persepsi merupakan tahapan dalam menyeleksi, mengelola, dan menafsirkan informasi

⁴¹ Jonathan Sarwono, *Statistik Multivariat* (Yogyakarta: Andi, 2013), 62.

yang masuk guna menciptakan gambaran tentang produk yang akan dibeli.⁴²

Berdasarkan variabel tersebut, maka indikator persepsi dapat diidentifikasi sebagai berikut:

Tabel 3.1

Indikator Operasional Variabel X (Persepsi)

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Persepsi (X)	Kinerja	Karakteristik operasional produk
	Pelayanan	Keramahan dan kemampuan karyawan terhadap keluhan konsumen
	Ketahanan	Lama daya tahan suatu produk teruji
	Keandalan	Suatu produk memberikan kepuasan dan dipercaya konsumen secara konsisten
	Karakteristik produk	Ciri khas dan keunggulan suatu produk
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Produk sesuai dengan aturan dan syarat yang berlaku

Sumber : Indikator persepsi konsumen menurut Assael

2. Variabel Terikat (*Dependen variable*)

Variabel terikat (*dependen variable*) adalah variabel yang memberi respons apabila mendapat pengaruh dari variabel bebas. Variabel *dependen* adalah variabel yang dapat diukur variabilitasnya untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas (*independen*).⁴³ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Kotler & Amstrong mendefinisikan bahwa keputusan

⁴² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 179.

⁴³ Jonathan Sarwono, *Statistik Multivariat*, 62.

pembelian merupakan tahapan dalam mengambil suatu keputusan dari seorang konsumen yang bersungguh-sungguh akan melakukan pembelian.⁴⁴

Berdasarkan variabel tersebut, maka indikator keputusan pembelian dapat diidentifikasi sebagai berikut:

Tabel 3.2

Indikator Operasional Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan masalah	Kesadaran individu terhadap kebutuhannya
	Pencarian informasi	Pencarian informasi dari berbagai sumber tentang suatu produk
	Evaluasi alternatif	Mencari alternatif dan membandingkan dengan produk pesaing
	Keputusan pembelian	Membeli suatu produk
	Perilaku paska pembelian	Kepuasan konsumen terhadap suatu produk

Sumber : Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang akan dijawab oleh responden baik melalui telepon, surat maupun tatap muka untuk mendapatkan data yang dikehendaki.⁴⁵ Kuesioner dalam penelitian ini berisi pertanyaan tentang persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian di Soto Podjok Kota Kediri. Kuesioner tersebut disebar

⁴⁴ Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*, 227.

⁴⁵ Agusty Ferdinand, *Metodologi Penelitian Manajemen* (Semarang: UNDIP, 2011), 30.

kepada responden dan disediakan pilihan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan menggunakan Skala Likert yang mana hasil jawabannya nanti akan berkaitan dengan nilai atau angka.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik untuk mengumpulkan data melalui catatan, surat kabar, internet, buku, dan data lain yang berhubungan dengan objek penelitian. Dengan cara ini peneliti bisa mendapatkan gambaran umum tentang Soto Podjok Kota Kediri.

F. Analisis Data

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Pemeriksaan data (*editing*) adalah tahapan yang dilakukan setelah mengumpulkan data dari lapangan dan memeriksa kembali untuk mengetahui apakah ada kesalahan-kesalahan dalam pengisiannya atau tidak. Hal ini karena mungkin saja ada data yang kurang lengkap, tidak sesuai dengan keadaan, terlewatkan, dan sebagainya.⁴⁶

2. Pembuatan Kode (*Coding*)

Setelah melalui editing, tahap selanjutnya adalah pembuatan kode (*coding*). Pada proses ini, peneliti memberikan kode pada setiap data yang memiliki katagori yang sama.⁴⁷ Adapun coding dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Untuk variabel bebas (*independent*), yaitu persepsi (X)

⁴⁶ M. Burhan Burgin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 165.

⁴⁷ Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII, 1986), 82.

2) Untuk variabel terikat (*dependent*), yaitu keputusan pembelian (Y)

3. Pemberian Skor (*Scoring*)

Scoring merupakan proses pemberian skor atau angka pada item-item yang terdapat pada lembar jawaban angket dan tiap skornya ditentukan berdasarkan peringkat *option* (pilihan).⁴⁸ Adapun pemberian skor sebagai berikut:

- | | |
|------------------------------|-----|
| 1. Sangat Setuju (SS) | : 5 |
| 2. Setuju (S) | : 4 |
| 3. Netral (N) | : 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS) | : 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | : 1 |

4. Penyusunan Tabel (*Tabulasi*)

Tabulasi adalah proses meringkas data sesuai kebutuhan yang dianalisis dengan membuat tabel yang berisi data yang telah dikelompokkan sesuai kode. Pada proses ini harus dilakukan dengan cara teliti dan teratur agar data yang dihasilkan mudah dilihat dan dipahami sehingga memudahkan peneliti dalam menganalisis data pada tahap berikutnya.

5. *Processing*

Processing merupakan proses menghitung, mengolah dan menganalisa data dengan statistik. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 241-242.

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk menilai tingkat validitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen dinyatakan valid jika dapat menilai apa yang dibutuhkan secara akurat dari data variabel penelitian.⁴⁹

2) Uji Reabilitas

Uji Reabilitas digunakan untuk membuktikan seberapa dapat dipercaya atau dapat diandalkannya suatu instrumen penelitian.

Ukuran kemantapan *Alpha Cronbach's* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁵⁰

1. Nilai alpha 0,00 – 0,2 berarti kurang reliabel
2. Nilai alpha 0,21 – 0,4 berarti agak reliabel
3. Nilai alpha 0,41-0,6 berarti cukup reliabel
4. Nilai alpha 0,61-0,8 berarti reliabel
5. Nilai alpha 0,81-1,00 berarti sangat reliabel

b. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menganalisis data yang terkumpul, dengan cara mendeskripsikan data tersebut agar data tersebut mudah dipahami oleh pembaca.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

⁴⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 51.

⁵⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Belajar SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

Uji Normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah variabel independen dan dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal⁵¹

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai apakah ada ketidaksamaan variansi pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variansi pada suatu pengamatan memiliki residual tetap maka disebut Homoskedastisitas. Jika berbeda maka disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang terbaik adalah model Homoskedastitas.⁵²

3) Uji korelasi

Uji korelasi adalah analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel. Dua variabel berkorelasi apabila mengalami perubahan pada variabel satu maka akan diikuti perubahan pada variabel lain secara teratur dan searah.⁵³

4) Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui arah hubungan positif atau negatif antara variabel independen dengan variabel dependen dan memprediksi naik atau turunnya

⁵¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 163.

⁵² *Ibid.*, 139.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 184.

nilai variabel. Berikut rumus persamaan regresi yang digunakan.⁵⁴

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

X : Variabel bebas (persepsi)

Y : Variabel terikat (keputusan pembelian)

a : konstanta

b : Koefisien regresi

d. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel bebas yakni persepsi terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian secara parsial. Kriteria yang digunakan untuk uji t ini adalah sebagai berikut:⁵⁵

a) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

b) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung: Alfabeta, 2006), 55.

⁵⁵ Damondar N. Gurajati, *Dasar-Dasar Ekonometrika* (Jakarta: Erlangga, 2006), 195.

2) Uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Nilai pada koefisien determinasi berada antara nol hingga satu. Variabel bebas sangat terbatas kemampuannya untuk menjelaskan perubahan variabel terikat apabila nilai R^2 kecil. Sedangkan variabel bebas kuat kemampuannya untuk menjelaskan perubahan pada variabel terikat apabila nilai R^2 mendekati satu.⁵⁶

⁵⁶ M. Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: AMP YKPN, 2001),100.