

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu,¹ untuk menerapkan suatu teori terhadap suatu permasalahan memerlukan metode khusus yang dianggap relevan dan membantu memecahkan permasalahan.²

A. Rancangan Penelitian

Penelitian pada hakikatnya adalah suatu kegiatan ilmiah untuk memperoleh pengetahuan yang benar tentang suatu masalah. Pengetahuan yang diperoleh dari penelitian terdiri dari fakta, konsep, generalisasi, dan teori yang memungkinkan manusia dapat memahami fenomena yang nampak dan memecahkan masalah yang dihadapinya.

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya maka jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV.Alpabeta, 2012), 2.

² Suharsimi Arikunto, *Metodelogi penelitian* (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), 112.

³ Ibid, 114.

Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu penelitian hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan utamanya adalah untuk mendapat bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui variabel mana yang mempengaruhi dan variabel mana yang dipengaruhi. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel variabel X (promosi) dengan variabel Y (keputusan pembelian mie sedap).

B. Definisi Operasional

Untuk menjelaskan variabel-variabel yang sudah didefinisikan maka perlu definisi operasional dari masing-masing variabel sebagai upaya pemahaman dan penelitian. Ditinjau dari jenis hubungan variabel, maka disini termasuk hubungan sebab akibat yaitu suatu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, sehingga variabel bebas (*Independent Variabel*) adalah Promosi (X) sedangkan variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3.1
Operasional Variabel X dan Y

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Promosi (X)	Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah.	a. Periklanan b. Promosi Penjualan c. Penjualan Pribadi d. Hubungan Masyarakat
	Proses pengambilan keputusan di mana konsumen benar-benar melaksanakan pembelian	a. Pemahaman kebutuhan akan produk-produk b. Mencari tahu tentang produk dari oranglain
Keputusan Pembelian (Y)		c. Membanding-bandingkan produk dengan produk pesaing

- d. Memutuskan untuk membeli
- e. Perilaku konsumen puas atau tidak puas dengan produk

Sumber: Data diolah tahun 2021

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiono 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.⁴ Sedangkan menurut Burhan Bungin populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, sikap hidup sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁵ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para Mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kediri. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah Mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kediri yaitu sebanyak 147 Mahasiswa dengan kriteria konsumsi makanan cepat saji Mie Sedap dan memilih promosi sebagai alasan dalam memilih makanan cepat saji tersebut.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian anggota populasi yang dipilih peneliti dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 80.

⁵ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (komunikasi, ekonomi, dan kebijakan public serta ilmu-ilmu social lainnya)*, Cetakan ke 2 (Jakarta: Kencana, 2006), 99.

dapat mewakili populasi.⁶ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang mana dapat memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁷ Teknik *sampling* yang digunakan peneliti pada *probability sampling* ini adalah dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata atau golongan yang ada dalam populasi tersebut.⁸ Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penghitungan *Slovin* dengan tingkat kesalahan sebesar 0.1 (10%). sebagai berikut::⁹

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah Mahasiswa semester lima prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kediri yaitu sebanyak 147 Mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin* yaitu::

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

⁶ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), 74.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

⁸ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rieka Cipta, 1998), 106.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), 67.

d^2 = presisi (ditetapkan 5% atau 0.05 dengan kepercayaan 95%)

$$n = \frac{147}{1 + 147(0.05)^2}$$

$$n = \frac{147}{1 + 0.367}$$

$$n = \frac{147}{1.367}$$

$$n = 107.5 = 108 \text{ sampel}$$

Jadi Dari hasil perhitungan, sampel yang didapat yaitu sebesar 107.5 untuk lebih memudahkan maka dibulatkan menjadi 108 responden. Jadi penelitian ini menggunakan 108 responden untuk dijadikan sampel penelitian.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian ini adalah:

1. Jenis Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.¹⁰ Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah: jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen makanan cepat saji Mie Sedap pada Mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kediri.

3. Sumber Data

¹⁰ Sugiyono, *Statistik untuk Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 15.

Sumber data dalam penelitian ini ialah data primer. Data primer merupakan data didapat langsung dari responden penelitian, menggunakan alat ukur yakni kuisioner.¹¹ Kuesioner dalam penelitian ini dibagikan ke konsumen mie sedap pada Mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kediri. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner pilihan yang dimana setiap item soal di sediakan 5 (lima) pilihan jawaban. Dalam penelitian ini jawaban yang di berikan oleh responden kemudian di beri skor dengan menggunakan skala *Likert* dalam bentuk *checklist*.

E. Metode Pengumpulan Data

Penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitiannya.¹² Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa metode penelitian adalah cara yang dipergunakan untuk mengumpulkan data yang di perlukan dalam penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Untuk memperoleh data sebagai bahan penelitian digunakan metode kuesioner/angket.¹³

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam artian lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah

¹¹Eko P.Widoyoko, *Tehnik Menyusun Instrumens Penelitian*(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 33.

¹² Arikunto, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), 136.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif* (Bandung: Alfaberta, 2011), 224.

dikelola. Instrumen penelitian merupakan suatu unsur yang amat penting dalam suatu penelitian, karena fungsinya sebagai sarana pengumpul data yang banyak menentukan keberhasilan suatu peneliti yang dituju.¹⁴

Kuisisioner dibedakan ke dalam tiga jenis, yaitu kuisisioner berstruktur (tertutup), kuisisioner setengah berstruktur (setengah tertutup), dan kuisisioner terbuka. Pertanyaan berstruktur dibuat dengan pertimbangan untuk menghimpun data kuantitatif. Pertanyaan setengah terstruktur dibuat dengan pertimbangan untuk menghimpun data kuantitatif, menghimpun data kualitatif, dan memberi keleluasaan terbatas kepada responden. Pertanyaan terbuka dimaksudkan untuk mendapatkan data kualitatif dan memberi keleluasaan penuh kepada responden. Penskoran digunakan dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap statemen atau pernyataan yang dikemukakan mendahului opsi jawaban yang disediakan.

G. Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan semuanya kepada orang lain.¹⁵ Analisis data dilakukan apabila data-data yang diperlukan telah terkumpul dan selanjutnya data tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan yang objektif dan logis.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka peneliti menggunakan analisis korelasi produk moment dan analisi regresi dengan menggunakan bantuan

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 132.

¹⁵ Tanzeh, *Pengantar Metode...*, 103

program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 21. Adapun langkah-langkah mengolah data setelah terkumpul adalah:¹⁶

1. *Editing*

Data yang masuk (*raw data*) perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan – kekeliruan dalam pengisiannya, barangkali ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai, dan sebagainya. Pekerjaan mengoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut editing. Jawaban yang didapat dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan responden itu benar, apakah semua jawaban sudah dijawabnya, apakah sudah benar dan sesuai dengan keadaan, dan lain-lain.

2. *Coding dan Categorizing*

Proses berikutnya adalah *coding*, yaitu pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Sedangkan kategori adalah penggolongan data yang ada pada daftar pernyataan kedalam kategori variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini coding dan categorizing adalah sebagai berikut:

- a. Untuk variabel pertama, yaitu Promosi (X)
- b. Untuk variabel kedua, yaitu Keputusan Pembelian (Y)

3. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar

¹⁶ Mazuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 2006), 81

jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pernyataan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat option (pilihan).

Penentuan skor untuk pernyataan positif sebagai berikut:

- | | |
|--|-----|
| a. Sangat Sesuai (SS) bobot nilai | : 5 |
| b. Sesuai (S) bobot nilai | : 4 |
| c. Netral (N) bobot nilai | : 3 |
| d. Tidak Sesuai (TS) bobot nilai | : 2 |
| e. Sangat Tidak Sesuai (STS) bobot nilai | : 1 |

Sedangkan penentuan skor untuk pernyataan negatif sebagai berikut:

- | | |
|--|-----|
| 1) Sangat Sesuai (SS) bobot nilai | : 1 |
| 2) Sesuai (S) bobot nilai | : 2 |
| 3) Netral (N) bobot nilai | : 3 |
| 4) Tidak Sesuai (TS) bobot nilai | : 4 |
| 5) Sangat Tidak Sesuai (STS) bobot nilai | : 5 |

4. *Tabulating* (Tabulasi)

Tabulasi adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang masuk dalam peristiwa.

5. Deskripsi Data

Tahap yang digunakan dalam deskripsi data pada penelitian ini sebagai berikut:

a. Uji *Validitas*

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan analisis korelasi *product moment* dengan bantuan aplikasi SPSS 21.

b. Uji *Realibilitas*

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 21. Ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:¹⁷

- 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*

c. Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat Promosi dan Keputusan Pembelian.

d. Uji Asumsi Klasik

- 1) Uji *Multikolinieritas*

¹⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009),97

Uji *Multikolinieritas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu ada hubungan linier antar variabel independen dalam modal regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya *multikolinieritas*. Ada beberapa metode-metode pengujian yang bisa digunakan:

- a) Dengan menggunakan nilai *inflation* (VIF) pada model regresi.
- b) Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R).
- c) Dengan melihat nilai *eigenvalue* dan *condition index*. Pada penambahan ini akan dilakukan uji *multikolinieritas* dengan melihat nilai *inflation* (VIF) pada model regresi. Menurut Santoso, pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.¹⁸

2) Uji *Autokorelasi*

Uji *Autokorelasi* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *autokorelasi*, yaitu korelasi yang terjadi antara *residual* ada atau pengamatan dengan pengamatan pada model regresi.¹⁹ Metode pengujian yang sering

¹⁸ Dwi Prianto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 68

¹⁹ *Ibid*, 68

digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika d lebih kecil dari D_L . Atau lebih besar dari $(4-d_L)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat auto korelasi.
- b) Jika d terletak antara d_L dan d_U atau diantara $(4-d_U)$ dan $(4-d_L)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai d_U dan d_L dapat diperoleh tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

3) Uji *Heteroskedastisitas*

Uji *Heteroskedastisitas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *Heteroskedastisitas*. Yaitu terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan yang lain.²⁰ Cara untuk memprediksi ada tidaknya *Heteroskedastisitas* pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot*, regresi yang tidak terjadi *Heteroskedastisitas* jika:

- a) Titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau disekitar 0
- b) Titik-titik data yang mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

²⁰ Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180

- c) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- d) Penyebaran titik-titik data tidak terpola.

4) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Normalitas dapat dilihat pada grafik *Norma Probability Plot* dengan bantuan SPSS 21. Model regresi yang baik seharusnya distribusi residunya normal atau mendekati normal.

5) Uji Korelasi

Analisis korelasi menggunakan teknik *Person Product Moment* untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara Variabel bebas (X) dengan Variabel terikat (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.²¹ Adapun rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r : Korelasi *Person Product Moment*
- n : Jumlah sampel
- x : Skor setiap pertanyaan/item

²¹ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006),197

y : Skor total.²²

Tabel 3.2
Interpretasi nilai r Product Moment

Besarnya “r” Product Moment	Interprestasi
0,00-0,19	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi, tapi sangat lemah.
0,20-0,39	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang lemah atau rendah.
0,40-0,79	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang sedang atau cukupan.
0,80-1,00	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang sangat kuat.

6) Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut rumus regresi yang digunakan:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

a : Konstanta

x : Variabel bebas (Promosi)

b : Koefisien regresi

7) Uji Hipotesis

²² Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 304

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat:

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ jadi H_0 diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak

8) Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.²³

Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (Promosi) dalam menjelaskan variabel terikat Y (Keputusan Pembelian). Kriteria pengujian $R^2=0$, artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

²³ Dwi Prianto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79