

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang hasilnya disajikannya dalam bentuk deskripsi yang memakai angka dan statistik.²³

Tujuan dari penelitian ini adalah guna mengetahui apakah persepsi konsumen memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian hijab segi empat merek Umama.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini beralamat di Pondok Pesantren Pelajar Al-Fath Rejomulyo Kota Kediri atau Jalan Sunan Ampel gang 1 no 54 RT 02 RW 01, Rejomulyo kota Kediri, Jawa Timur.

C. Populasi dan Sampel

Populasi yakni kumpulannya orang atau benda yang mempunyai ciri-ciri tertentu yang peneliti ingin pelajari dan ambil kesimpulan dari situ.²⁴ Populasinya penelitian ini yakni semua Santriwati Pondok Pesantren Pelajar Al Fath Rejomulyo Kota Kediri yang menggunakan jilbab voal segi empat merek Umama, dengan total 94 responden.

²³ Ridwan, Dasar-Dasar Statistika (Bandung: Alfabeta, 1999), 3

²⁴ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung : Alfabeta, 2005), 72

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk dijadikan objek penelitian. Pada penelitian ini, digunakan teknik *simple random sampling* atau pengambilannya sampel secara acak sederhana.²⁵ Guna menetapkan ukurannya sampel, peneliti memakai rumus Slovin berikut :²⁶

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

Dimana:

n = ukuran sampel

N= populasi

e = taraf kesalahan (error) sebesar 0,05 (5%)

Sesuai dengan rumus di atas, sehingga total sampel (n) yang diperoleh ialah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{94}{1+(94 \times 0,05^2)} \\ &= \frac{94}{1+(94 \times 0,0025)} \\ &= 76,11 = 76 \text{ (responden)} \end{aligned}$$

Dengan demikian, sampel penelitian ini terdiri dari 76 responden Santriwati Pondok Pesantren Pelajar Al Fath Rejomulyo Kota Kediri yang menggunakan jilbab voal segi empat merek Umama.

D. Definisi Operasional

Definisi operasional yaitu cara guna menciptakan berbagai variabel yang sedang dilakukan penelitian menjadi lebih konkret dan dapat diukur. Dalam penelitian ini, ada dua variabel utama, yakni variabel X dan variabel Y. Variabel X mengacu pada persepsi menurut Assael, yang

²⁵ Nasution, *Metode Research : Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2003), 106

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 218

dijelaskan sebagai proses di mana seseorang bisa melakukan pengaturan informasi guna menciptakan pemahaman yang lebih bermakna bagi dirinya sendiri. Sementara itu, variabel Y ialah keputusan pembelian menurut pendapat Kotler dan Keller, yang merupakan langkah terakhir dalam proses pengambilannya keputusan saat konsumennya memutuskan untuk melaksanakan pembelian sebuah produk.

Persepsi, menurut Assael, adalah cara kita mengelola informasi agar kita bisa pahami dunia di sekitar kita dengan lebih baik. Ini melibatkan proses pemilihan, pengelompokan, dan penerapan informasi agar sesuai dengan pengalaman dan pemahaman kita sendiri.

Di sisi lain, keputusan pembelian, menurut Kotler dan Keller, adalah langkah akhir dalam proses ketika kita memutuskan untuk membeli suatu produk setelah mempertimbangkan berbagai faktor.

Tabel 3.1
Indikator Variabel X

| Variabel | Variabel Indikator | Deskripsi Indikator |
|-----------------------|-------------------------------|--|
| Persepsi konsumen (X) | Kinerja | Kemampuan produk untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen. |
| | Pelayanan | Layanan yang diberikan oleh karyawannya dalam menangani keluhannya dan pertanyaan konsumennya. |
| | Ketahanan | Kemampuan produk untuk bertahan dan konsisten dalam kinerjanya. |
| | Keandalan | Tingkat kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan konsistensi produk. |
| | Karakteristik Produk | Keunggulan produk yang membedakannya dari produk sejenis lainnya. |
| | Kesesuaian dengan Spesifikasi | Kesesuaian produk dengan standar dan spesifikasi yang ditetapkan. |
| | Hasil | Citra atau reputasi perusahaan yang tercermin pada hasil akhir produk. |

Sumber : Indikator menurut Assael dalam Arina (2017)

Tabel 3.2
Indikator Variabel Y

| Variabel | Variabel Indikator | Deskripsi Indikator |
|-------------------------|-------------------------------------|---|
| Keputusan Pembelian (Y) | Pengenalan kebutuhan | Kesadarannya konsumen akan kebutuhannya yang diinginkan yang dapat dipenuhi oleh produk. |
| | Pencarian informasi | Upaya konsumen dalam mencari informasi tentang produk, baik melalui sumber-sumber <i>online</i> maupun <i>offline</i> . |
| | Evaluasi alternative | Proses perbandingan antara produk yang ditawarkan dengan produk sejenis dari berbagai merek. |
| | Keputusan pembelian | Tindakan konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk tertentu. |
| | Perilaku konsumen setelah pembelian | Respons atau tindakan konsumen sesuai membeli produk, bisa berupa kepuasan atau ketidakpuasan. |

Sumber: Indikator menurut Kotler dalam Arina (2017)

E. Jenis dan Sumber data

1. Data primer

Data primer untuk penelitian ini diperoleh dari tanggapannya responden pada kuesioner yang disebarakan kepada santriwati yang merupakan konsumen jilbab voal segi empat merek Umama di Pesantren Pelajar Al-Fath Rejomulyo Kota Kediri.

2. Data sekunder

Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari berbagai buku, media internet dan jurnal yang berkaitan tentang pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian.

F. Metode Pengumpulan data

a. Metode Kuesioner

Kuesioner adalah suatu data pernyataan tertulis yang wajib diberikan jawaban oleh responden.

b. Metode Observasi

Metode observasi adalah suatu metode penghimpunan data yang dipergunakan dalam mengamati secara cermat dan langsung di lokasi penelitian.

G. Instrumen Penelitian

Media yang memiliki kedudukan penting dan strategis bagi peneliti untuk pengumpulan data ialah instrumen penelitian.²⁷Media yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengecekan dan penataan terstruktur dari data yang diperoleh sehingga dapat disajikan. Kegiatan analisis data bisa dilaksanakan ketika datanya seluruh responden atau dari sumber data lainnya sudah terhimpun.²⁸Pada penelitian kuantitatif, hal penting dalam kegiatan analisis tersebut memiliki tahapan-tahapan sebagai berikut:

²⁷ Ridwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), 31

²⁸ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009), 102

a. Pemeriksaan data (*Editing*)

Pemeriksaannya data dilakukan untuk melacak kembali jika terdapat bahan yang keliru dalam pengisian, kurang sesuai maupun tidak lengkap.

b. Memberikan tanda kode (*Coding*) dan *Categorizing*

Pada tahap ini dilaksanakan proses penandaan berupa simbol atau angka terhadap jawaban yang diperoleh dalam angket. Dalam penelitian ini penandaan atau kode ditujukan pada kedua variabel. Kode X digunakan untuk variabel persepsi konsumen dan kode Y digunakan untuk variabelnya keputusan pembelian.

c. Memberi Skor (*Scoring*)

Scoring merupakan proses pemberian angka pada hasil angket yang diperoleh dari responden. Ketentuan pemberian angka adalah sebagai berikut:

1. Untuk jawaban sangat setuju (SS) mendapat skor 5
2. Untuk jawaban setuju (S) mendapat skor 4
3. Untuk jawaban kurang setuju (KS) mendapat skor 3
4. Untuk jawaban tidak setuju (TS) mendapat skor 2
5. Untuk jawaban sangat tidak setuju (STS) mendapat skor 1

d. Penyusunan tabel (*Tabulating*)

Tabulating ialah proses penginputan data pada berbagai tabel tertentu untuk kemudian diatur dan dihitung.²⁹

²⁹I Made Wirarta, *Metedologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 263.

e. Proses (*Processing*)

Proses pengolahan data, yang disebut juga sebagai *processing*, melibatkan penghitungan dan analisis data menggunakan metode statistik. Dalam penelitian ini, dilakukan tiga jenis analisis statistik, yaitu:

1. Uji Validitas

Uji validitas ialah langkah guna melaksanakan penilaian sejauh mana instrumennya yang dipergunakan dalam penelitian dapat dianggap akurat atau valid. Validitas diukur dengan memeriksa hubungan antara skor item dengan total skor konstruk yang diukur. Jika nilai yang dihitung lebih besar dari nilai yang ditentukan, maka item tersebut dianggap valid.³⁰

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengukur seberapa andal atau konsisten alat pengukur yang digunakan dalam penelitian. Parameter keandalan diukur menggunakan koefisien *alpha* yakni:

- a. nilai *alpha* 0,00-0,2 bermakna kurang reliabel;
- b. nilai *alpha* 0,21-0,4 bermakna agak reliabel;
- c. nilai *alpha* 0,41-0,6 bermakna cukup reliabel;
- d. nilai *alpha* 0,61-0,8 bermakna reliabel;
- e. nilai *alpha* 0,81-1,00 bermakna sangat dapat diandalkan.³¹

³⁰Imam Gazali, *Statistik Nonparametrik* (Semarang : Badan Penerbit UNDIP, 2013), 53

³¹Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS16.0*, (Jakarta : Presentasi Pustaka Karya, 2009),98

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dipergunakan guna memeriksa apakah data dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak.

Data dianggap berdistribusi normal jika nilainya $\text{sig} > 0,05$ maka data terdistribusi normal dan jika $\text{sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.³²

b. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi ialah sebuah tes yang dipergunakan guna memeriksa apakah ada pola perbedaan diantara kesalahannya gangguan pada periode tertentu dengan periode sebelumnya dalam model regresi.³³

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah pengujian gunamengetahui apakah variannya sisaan antara satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda.³⁴

4. Analisis korelasi (r)

Analisis korelasi (r) menggunakan *Pearson Correlation* (Koefisien korelasi sederhana/ *Pearson Product Moment*) guna menilai hubungan antara variabel bebasnya dan variabel terikatnya, apakah hubungannya kuat atau lemah.

³²Dwi Priyhatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta : Mediakom, 2008),67

³³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Kencana, 2011), 111

³⁴ Nikholaus Duli, *Metodelogi Penelitian Kuantitati* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2019), 123.

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

Keterangan:

r : koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

x : skor butir soal tertentu

y : jumlah skor

n : Jumlah subyek yang diteliti

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dipergunakan guna melaksanakan pengukuran seberapa jauh model dapat menerangkan variabel terikat. Ini dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat.

Rumus dari koefisien determinasi sebagai berikut:³⁵

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

Dimana:

R^2 : nilai koefisien determinasi

r : nilai koefisien korelasi

6. Regresi Sederhana

Regresi linier sederhana ialah regresi linier yang melibatkan satu variabel bebas dan satu variabel terikat.³⁶

Rumus regresi linier sederhana ialah:

³⁵Sumarni dan Murni, *Metodologi Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan RAD*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2006),115

³⁶Syofian Shiregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual SPSS*, (Jakarta : Raja Grafindo, 2008),251

$$Y = a + b \cdot X$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

X = variabel independen

a = konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = koefisien regresi

7. Uji T

Uji T dipergunakan guna melaksanakan pengujian pengaruhnya setiap variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikatnya. Ini melibatkan langkah :

a. Tentukan hipotesis nol dan alternatifnya

b. Tingkat signifikan $\alpha = 0,5$

Derajat kebebasan (dk) : n-k

$t_{\text{tabel}} = \alpha 0,5 ; dk$

c. Penghitungan nilai t

$$t = \frac{b - \beta}{Sb}$$

Dimana b adalah koefisien regresi, β koefisien regresi parameter, Sb standar error or regression.

d. Kriteria pengujian

Jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ atau $-t_{\text{hitung}} \geq -t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.