

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah disusun, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka dan statistik.³¹ Sedangkan rancangan penelitian adalah penelitian korelasi, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan antar variabel yang diteliti, apabila ada seberapa erat hubungan tersebut serta berarti atau tidaknya hubungan itu.³²

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya pengaruh antara dua variabel atau lebih. Variabel yang dimaksud yaitu sikap konsumen (variabel X) dan keputusan Pembelian (variabel Y).

B. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel yang diuji dalam penelitian ini ada 2 variabel. Sesuai dengan paradigma yang ada terdapat satu variabel *independent*/bebas dan satu variabel *dependent*/terikat.

³¹Ridwan dan Tita Lestari, *Dasar-Dasar Statistika* (Bandung:Alfabeta,1999), 2.

³²Suharsimi Arikunto, *orosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998),251.

1. Variabel Bebas (X) (*Independent Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.³³ Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah sikap konsumen. Sikap konsumen menempatkan orang pada suatu kerangka berpikir tentang menyukai atau tidak menyukai sesuatu, bergerak mendekat atau menjauh dari hal itu.³⁴

2. Variabel Terikat (Y) (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain-lain.³⁵ Variabel ini berubah atau muncul akibat dari pengaruh variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan hasil atau kelanjutan yang dilakukan individu ketika dihadapkan pada situasi dan alternatif tertentu untuk berperilaku dalam memenuhi kebutuhannya.³⁶

Berdasarkan dari variabel bebas dan variabel terikat tersebut, dapat diidentifikasi berdasarkan indikator pada masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

³³Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta:Pustaka Pelajar,1998),62.

³⁴Usman Effendi, *Psikologi Konsumen* (Jakarta:Rajawali Pers,2016),268.

³⁵Azwar, *Metodologi*, 26.

³⁶Effendi, *Psikologi*, 248

Tabel 3. 1
Operasional Variabel X

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Sikap Konsumen (X)	Komponen Kognitif	Kepercayaan merek
	Komponen Afektif	Evaluasi merek
	Komponen Konatif	Maksud untuk membeli

Sumber: Indikator Sikap Konsumen menurut Arina Wahyuni (2017)

Tabel 3 2
Operasional Variabel Y

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Kebutuhan	Kesadaran kebutuhan akan produk
	Pencarian Informasi	Pencarian informasi produk dari orang lain
	Evaluasi Alternatif	Membandingkan produk dengan produk <i>Competitor</i>
	Keputusan Pembelian	Melakukan pembelian terhadap produk
	Perilaku konsumen <i>pasca</i> beli	Perilaku kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk

Sumber: Indikator keputusan pembelian menurut Arina Wahyuni (2017)

C. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini adalah di Pondok Pesantren Al-Amien Kediri, yang bertempat di Jl. Raya Ngasinan No. 2, Kediri Jawa Timur.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Burhan Bungin populasi adalah keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.³⁷ Menurut Nazir, adalah kumpulan dari individu dengan kualitas dan ciri-ciri yang ditetapkan.³⁸ Surakhmat mendefinisikan populasi sebagai sekelompok subjek, baik manusia, gejala, nilai tes, benda-benda, atau peristiwa yang diberlakukan generalisasi dari sebuah penelitian.³⁹

Apabila seorang peneliti ingin meneliti semua yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus.⁴⁰ Populasi penelitian ini adalah santri putri Pondok Pesantren Al-Amien Kediri yang berjumlah 105 santri putri.

³⁷ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 99.

³⁸ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), 271.

³⁹ Winarto Surakhmat, *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode, dan Teknik* (Bandung: Tarsito, 1990), 93.

⁴⁰ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, 115.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁴¹ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁴²

Salah satu teknik *probability sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Mengenai jumlah sampel tidak mempunyai standar baku, akan tetapi untuk populasi yang jumlahnya kurang dari 100 maka data dapat digunakan semua, dan apabila jumlah populasi besar maka dapat diambil sampel 5-10%.⁴³

Dengan menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas Toleransi Kesalahan (*error torelance*)

⁴¹Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014), 62.

⁴² Sugiono, *Metodelogi Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

⁴³Anas Sudjono, *Pengantar Statistik Pendidikan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), 34.

$$n = \frac{105}{1+105(0,1)^2}$$

$$n = \frac{105}{2,05} = 51,21$$

n = 52 responden

maka diperoleh jumlah sampel sebesar 52 santri putri yang menggunakan laptop Acer.

E. Data dan Sumber Data

Data dapat berbentuk kualitatif atau kuantitatif. Data kualitatif yaitu data yang tidak dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga tidak dapat dihitung dan diukur. Sedangkan data kuantitatif yaitu data dalam bentuk angka sebagai hasil pengamatan atau pengukuran yang dapat dihitung dan diukur atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*).⁴⁴ Dari penjelasan mengenai data kualitatif dan kuantitatif tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari sumber data yaitu melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada responden.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ada dua macam, yakni data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari objek penelitian.⁴⁵ Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangan. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga-lembaga penelitian swasta atau

⁴⁴Zuraidah, *Statistika Deskriptif* (Kediri: STAIN Kediri Press, 2011), 30

⁴⁵Azwar, *Metodologi*, 90.

pemerintah. Data dapat diperoleh dari masing-masing lembaga tersebut, baik itu berupa laporan-laporan, buku-buku, profil atau literatur lainnya.⁴⁶ Akan tetapi, pada penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber datanya. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan data kuesioner (angket) yang dibagikan ke responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen produk laptop Acer di pondok pesantren Al-Amien. Dimana kuesioner (anket) tersebut membahas mengenai sikap konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk laptop Acer.

F. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dipakai dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian. Metode yang digunakan peneliti untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner/ Angket

Metode angket dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang akan dijawab responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁴⁷

G. Instrumen Penelitian

Instrumen yaitu alat bantu yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data. instrumen penelitian sangat menentukan

⁴⁶Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 114

⁴⁷Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press,2005), 127.

keberhasilan dari suatu penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah sebagai berikut.⁴⁸

1. Pedoman Angket

Angket merupakan suatu lembaran yang berupa pertanyaan yang dijawab oleh responden, dengan memberikan tanda silang pada jawaban yang dipilih. Alat ini untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk laptop Acer. Dalam penelitian ini akan menggunakan daftar pertanyaan (angket) yang berhubungan dengan sikap konsumen, dan keputusan pembelian.

H. Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan semuanya kepada orang lain.⁴⁹ Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka peneliti menggunakan analisis korelasi ganda dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 16.0.

Adapun langkah-langkah mengolah data setelah terkumpul adalah:

1. *Editing*

Merupakan pengecekan dan pengoreksian data yang telah dikumpulkan karena kemungkinan data yang terkumpul tidak logis dan meragukan. Tahap ini bertujuan menghilangkan kesalahan-kesalahan yang

⁴⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, 134

⁴⁹Ahmad Tanzeh, *pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009),103.

terdapat pada pencatatan di lapangan. Kekurangan data dapat dilengkapi dengan mengumpulkan data ulang.⁵⁰ Data lapangan yang ada dalam kuesioner perlu diedit, tujuan dilakukannya editing adalah untuk:

- a. Melihat lengkap tidaknya pengisian kuesioner.
- b. Melihat logis tidaknya jawaban.
- c. Melihat konsistensi antar pertanyaan.

2. *Coding*

Merupakan tahap pemberian kode pada setiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka atau huruf yang memberikan petunjuk pada data yang akan dianalisis.⁵¹ Dalam penelitian ini, *Coding* merupakan proses di mana pertanyaan-pertanyaan dan jawaban-jawaban diubah menjadi angka. Hal ini memudahkan reduksi data, analisis, penyimpanan, dan penyebaran data. Pemberian kode pada data dilakukan dengan melihat jawaban dari jenis pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.

3. *Scoring*

Merupakan pemberian skor terhadap item-item yang perlu diberikan skor.⁵² Memberi skor digunakan untuk penilaian jawaban angket atau kuisisioner yang disebar dalam penelitian, pemberian skor sebagai berikut:

- | | |
|-----------------------|-----|
| a. Sangat Setuju (SS) | : 5 |
| b. Setuju (S) | : 4 |
| c. Kurang Setuju(KS) | : 3 |

⁵⁰Ibid., 24.

⁵¹ Ibid.

⁵²Arikunto, *Prosedur*, 206.

- d. Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

Teknik *Scoring* dibuat sedemikian, supaya terlihat jelas skor masing-masing pada tiap *option*.

4. *Tabulating Data*

Merupakan tahap dengan membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan.⁵³ Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara yang teliti dan teratur kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang termasuk dalam satu kategori.

Tabulasi data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyajikan data angket berupa sikap konsumensebagai variabel X dan keputusan membeli sebagai variabel Y.

5. *Processing (Proses)*

Processing adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.⁵⁴ Adapun teknik analisisnya adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen memiliki validitas tinggi, apabila butir-butir yang membentuk instrumen tersebut tidak menyimpang dari fungsi instrumen tersebut. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan

⁵³Hasan, *Analisa*, 24.

⁵⁴Bambang Prasetyo dan Lima Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2008), 171.

dengan skor total menggunakan analisis korelasi ganda dengan bantuan aplikasi SPSS 16.0.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas diukur dengan rumus *Alfa Cronbach* sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum s_1^2}{s_t^2} \right)$$

keterangan:

k = Mean kuadrat antara subjek

$\sum s_i^2$ = Mean kuadrat kesalahan

S_t^2 = variabel total

Rumus untuk varians total dan varians item:

$$S_t^2 = \frac{\sum x_t^2}{n} - \frac{(\sum x_t)^2}{n^2}$$

$$S_t^2 = \frac{JK_t}{n} - \frac{JK_s}{n^2}$$

Dimana:

JK_1 = Jumlah kuadrat seluruh item

JK_s = Jumlah kuadrat subjek⁵⁵

Ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

⁵⁵Sugiyono, *Statistika*, 365.

- 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 reliabel⁵⁶

c. Uji asumsi klasik

1). Uji normalitas

Digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen) atau keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak.

2). Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen.⁵⁷ Model regresi dinyatakan tidak ada multikolinieritas jika nilai VIF (*variance Inflation Factor*) tidak lebih dari 10.⁵⁸

⁵⁶Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16,0* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya 2009),97.

⁵⁷Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang:Badan Penerbit Undip Semarang, 2005),91.

⁵⁸Suliyanto, *Ekonometrika Terapan:Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta:Andi, 2011)82.

3). Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terhadap ketidaksamaan varians. Dasar analisis.⁵⁹

- a). Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang) melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b). Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4). Uji autokorelasi

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pada tidaknya korelasi antara faktor pengganggu yang satu dengan lainnya. Tes *Durbin Watson* dapat digunakan untuk menguji ada tidaknya autokorelasi.⁶⁰

d. Uji korelasi

Korelasi ialah merupakan istilah statistik yang menyatakan derajat hubungan linier antara dua variabel atau lebih. Yang dikemukakan oleh Karl Pearson pada awal 1900. Oleh karena itu terkenal dengan sebutan *korelasi pearson product moment (PPM)*.⁶¹

⁵⁹Ghozali, *Aplikasi Analisis*, 105.

⁶⁰Ibid, 96

⁶¹Ibid.59

Analisis ini menggunakan *pearson correlation* untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh sikap konsumenterhadap keputusan pembelian produk laptop Acer.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Pengujian data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Service Solution*) versi 16.

Tabel 3.3

Nilai Korelasi

Rentang nilai korelasi	Keputusan
0,00- 0,199	Sangat rendah
0,20- 0,399	Rendah
0,40- 0,599	Sedang
0,60- 0,799	Kuat
0,80- 1,000	Sangat kuat

e. Analisis Regresi Sederhana

Setelah melakukan serangkaian uji instrumen diatas, maka data yang sudah dikumpulkan tersebut dianalisis dengan menggunakan metode regresi sederhana. Persamaan regresi dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y=a+bx$$

Keterangan:

Y= Variabel kriterium (variabel keputusan pembelian konsumen)

x = Variabel predictor (variabel sikap konsumen)

a= konstanta

b= koefisien arah regresi linier.⁶²

Untuk mencari a dan b, digunakan rumus:

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

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

f. Uji hipotesis

1) Uji f

Pengujian simultan (uji f) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.⁶³ Penarikan kesimpulan dilakukan dengan berdasarkan probabilitas, jika tingkat signifikannya digunakan untuk menyatakan apakah dua variabel mempunyai hubungan dengan syarat sebagai berikut:

- a) Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima artinya tidak terdapat hubungan

⁶²Hussaini Usman dan purnomo setiady akbar, *Pengantar statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006) 219

⁶³Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Undip Semarang, 2005, 84.

- b) Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak artinya terdapat hubungan.

Penarikan kesimpulan berikutnya:

- a) $F_{\text{hitung}} \leq f_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima, artinya secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen.
- b) $f_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

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

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

3) Koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketetapan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi.⁶⁴ Untuk menghitung R^2 digunakan rumus sebagai berikut: nilai R^2 akan berkisar 0 sampai 1. Apabila nilai $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total varians diterangkan oleh varians persamaan regresi, atau variabel bebas baik X mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada total

⁶⁴Purwanto dan SK Suharyanto, *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), 514.

varians yang diterangkan oleh varian bebas dari persamaan regresi baik

X.