

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu,⁴⁷ untuk menerapkan suatu teori terhadap suatu permasalahan memerlukan metode khusus yang dianggap relevan dan membantu memecahkan permasalahan.⁴⁸

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk bilangan, atau data kualitatif yang diangkakan.⁴⁹ Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang analisisnya secara umum memakai analisis statistik. Karenanya dalam penelitian kuantitatif pengukuran terhadap gejala yang diminati menjadi penting, sehingga pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan berstruktur (angket) yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif.⁵⁰

Sedangkan jenis penelitiannya adalah penelitian asosiatif. Merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.⁵¹ Bentuk hubungan dalam penelitian ini adalah hubungan klausal, yaitu

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV.Alfabeta, 2012), 2.

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Metodelogi penelitian* (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), 112.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, Alfabeta, 2007), 14

⁵⁰ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 184

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, Alfabeta, 2007), 11

hubungan sebab akibat yang ditimbulkan dari variabel bebas persepsi konsumen (X) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

B. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian. Populasi secara definisi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.⁵² Populasi pada penelitian ini adalah Santriwan Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadiin Lirboyo yang mengikuti madrasah pada jenjang Aliyah dan dari hasil observasi yang telah peneliti lakukan yaitu sejumlah 3.712 santri tahun 2018-2019. Di mana penelitian ini membatasi populasi pada konsumen yang sudah menggunakan Sarung Cap Gajah Duduk selama menjadi santri di Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadiin Lirboyo.

Sedangkan sampel adalah sebagian dari elemen-elemen populasi. Teknik sampling adalah metode atau cara menentukan sampel dan besar sampel.⁵³ Teknik dalam menentukan sampel merupakan batasan yang sering muncul dalam penelitian. Teknik sampling dilakukan setelah ketentuan besarnya responden yang digunakan sebagai sampel diperoleh. Ada empat macam teknik pengambilan sampel yang termasuk dalam teknik pengambilan sampel dengan probabilitas sampling, yaitu: 1) Sampling Acak (*Random Sampling*), 2) Teknik Statifikasi, 3) Teknik Klaster (*Cluster Sampling*), 4) Teknik Secara Sistematis (*Systematic Sampling*).⁵⁴

⁵² Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi & Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2011), 115.

⁵³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011), 75.

⁵⁴ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), 57-58.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling random yaitu teknik sampling kluster (*cluster sampling*), dimana teknik ini dilakukan dengan jalan memilih sampel yang didasarkan pada klusternya bukan individunya.⁵⁵ Sampel dalam penelitian ini adalah Santri Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadiin Lirboyo yang mengikuti madrasah pada jenjang Aliyah kelas 3 yang sudah menggunakan Sarung Cap Gajah Duduk selama menjadi santri di Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadiin Lirboyo dan dari hasil observasi yang telah peneliti lakukan yaitu sejumlah 970. Adapun data sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Pengambilan Sampel Berdasarkan Kelas

No	Kelas	Jumlah Santri	Jumlah pengambilan (10%)
1	A	50	5
2	B	51	5,1
3	C	40	4
4	D	56	5,6
5	E	48	4,8
6	F	42	4,2
7	G	45	4,5
8	H	52	5,2
9	I	52	5,2
10	J	42	4,2
11	K	56	5,6
12	L	48	4,8
13	M	49	4,9
14	N	41	4,1
15	O	55	5,5
16	P	40	4,0
17	Q	57	5,7
18	R	48	4,8
19	S	43	4,3
20	T	55	5,5
	Total Santri	970	97

Sumber: Observasi Awal bulan Desember 2019

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dengan jumlah populasi 970 santri, maka sampel dalam penelitian ini berjumlah (n) 97 responden.

⁵⁵ Ibid., 15-16.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada santriwatan Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadiin yang berlokasi di Desa Lirboyo, Kota Kediri, Jawa Timur.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁶ 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.

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

Variabel bebas adalah variabel yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.⁵⁷ Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen meliputi kinerja, pelayanan, ketahanan, keandalan, karakteristik produk, kesesuaian dengan spesifikasi dan hasil. Berikut adalah data operasional variabel dari persepsi konsumen yang ditulis berdasarkan variabel indikator dan deskripsi indikator:

⁵⁶ Eko Putro, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 1.

⁵⁷ Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 62.

Tabel 3.2
Operasional Variabel X

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Persepsi Konsumen (X)	Kinerja	Fungsi operasional utama produk sebagai kenyamanan bagi konsumen
	Pelayanan	Kemampuan dan keramahan yang diberikan karyawan terhadap keluhan konsumen
	Ketahanan	Konsistensi kinerja produk dari ukuran daya tahan produk
	Keandalan	Kepercayaan konsumen terhadap produk dari waktu ke waktu
	Karakteristik produk	Kelebihan yang berbeda dari produk dengan produk pesaing
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Kesesuaian produk dengan persyaratan yang ada
	Hasil	Hasil akhir dari produk yang menunjukkan reputasi atau <i>image</i> perusahaan

Sumber: Menurut Garvin dalam skripsi Arina Wahyuni (2017).

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

Variabel terikat adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain-lain.⁵⁸ 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 dihadapkan pada situasi dan alternatif tertentu untuk berperilaku dalam memenuhi kebutuhannya.⁵⁹

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

⁵⁸ Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, 62.

⁵⁹ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, 248.

Tabel 3.3
Operasional Variabel Y

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan kebutuhan	Kesadaran kebutuhan akan merek
	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: Menurut Garvin dalam skripsi Arina Wahyuni (2017).

E. Data Dan Sumber Data

Data dapat berbentuk kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif yaitu data yang tidak dapat dinyatakan dalam 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*).⁶⁰ 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.⁶¹ Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangan. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga-

⁶⁰ Zuraidah, *Statistika Deskriptif*, (Kediri: STAIN Kediri Press, 2011), 30.

⁶¹ Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian.*, 90.

lembaga penelitian swasta atau pemerintah. Data dapat diperoleh dari masing-masing lembaga tersebut, baik berupa laporan-laporan, buku-buku, profil, atau literatur yang lainnya.⁶²

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 santriwan Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadiin Lirboyo yang menggunakan Sarung Cap Gajah Duduk. Di mana kuesioner (angket) tersebut membahas mengenai persepsi dan sikap konsumen mengenai keputusan pembelian pada produk Sarung Cap Gajah Duduk.

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 kuesioner/angket.

Untuk mendapatkan data yang akurat, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

1. Kuisisioner / Angket

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁶³ Peneliti memberikan angket atau kuesioner langsung kepada santriwanyang termasuk dalam sampel penelitian ini. Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket

⁶² Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, 114.

⁶³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rinec Cipta,2012), 135

atau kuesioner tertutup sehingga responden tinggal memilih jawaban yang disediakan oleh peneliti. yang menjadi responden pada penelitian ini adalah santriwan Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadiin Lirboyo Kediri.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sifat utama dari data ini tak terbatas pada ruang dan waktu, sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk hal-hal yang telah silam. Dokumen ini dibagi menjadi dua yaitu dokumen resmi dan dokumen pribadi.⁶⁴

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan-catatan, buku-buku, surat kabar, majalah, internet, dan lain-lain yang berkaitan dengan seluk beluk suatu objek.⁶⁵

3. Teknik Pengumpulan Data dengan Analisis Isi

Teknik ini dilakukan dengan cara mendengarkan, merekam dan mencatat secara langsung tentang apa yang dibicarakan atau didengar mengenai masalah yang akan diteliti.⁶⁶

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sesuatu yang terpenting dan strategis kedudukannya di dalam keseluruhan kegiatan penelitian. Selain itu juga

⁶⁴ Burhan, Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya : Airlangga University Press,2001), 152-153

⁶⁵ Irawan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), 69.

⁶⁶Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 164.

merupakan alat bantu peneliti dalam pengumpulan data.⁶⁷ Alat bantu untuk instrumen penelitian adalah 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 persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini akan menggunakan daftar pertanyaan (angket) yang berhubungan dengan persepsi konsumen terhadap 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. Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.⁶⁸ Adapun langkah-langkah mengolah data setelah terkumpul adalah:

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.

⁶⁷ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), 32.

⁶⁸ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009), 103.

2. *Coding* dan *Categorizing*

Proses berikutnya adalah *coding*, yaitu pemberian tanda atau simbol atau kode bagi tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.⁶⁹ Sedangkan kategori adalah penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan ke dalam kategori variabelnya masing-masing. Dalam penelitian ini *coding* dan *categorizing* adalah sebagai berikut:

- a. Untuk variabel bebas (*independent*), yaitu persepsi konsumen (X)
- b. Untuk variabel terikat (*dependent*), yaitu keputusan pembelian (Y)

3. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor.⁷⁰ Pengisian kuisisionernya didasarkan pada data responden yang telah terkumpul.

4. Pengujian Hipotesis

Pada tahapan ini merupakan tahapan terakhir dari rangkaian kegiatan yang dilaksanakan. Data-data yang diperoleh dari skala yang telah di sebarakan akan di input dan diolah dengan menggunakan *Microsoft Excel* dan *SPSS for windows version 21*. Adapun teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *product moment correlation* dimana untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel independen (bebas) dengan satu dependen (terikat) pada bentuk data yang interval atau ratio.

⁶⁹ Ibid., 82.

⁷⁰ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.*, 241-242.