

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Rancangan Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi pengukuran.⁴¹ Kemudian, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei. Dalam penelitian survei, informasi yang dikumpul dari responden dengan menggunakan kuisioner.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh keputusan pembelian. Maka rancangan penelitian ini meramalkan pengaruh satu variabel prediktor atau independen terhadap satu variabel kriterium atau terikat, atau untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional antara variabel bebas X yakni tingkat kelas sosial terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian.

2. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh

⁴¹Rokhmat Subagyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), 19

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 *dependen*/terikat.

a. Variabel bebas (X) (*Independent Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.⁴² Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah: Kelas Sosial, yaitu sebuah kelompok yang terbuka untuk para individu yang memiliki tingkat sosial yang serupa. Dalam kelas sosial terjadi pembedaan masyarakat kedalam kelas-kelas secara bertingkat, ada kelas yang tinggi, ada yang rendah.⁴³

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

Variabel terikat adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain-lain.⁴⁴ Variabel ini berubah atau muncul akibat dari pengaruh variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi

⁴² Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 62.

⁴³ Philip Kotler dan Kevin Lane Kaller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2014), 168.

⁴⁴ Azwar, *Metodologi*, 62.

alternatif sehingga pengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian.⁴⁵

Keputusan pembelian diukur dengan berdasarkan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, hal tersebut mengacu kepada teori Kotler dalam bukunya Philip Kotler yaitu : Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Psikologi.

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

⁴⁵ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua Cetakan ke Tiga belas* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), 118.

Tabel 3.1
Operasional Variabel X

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikator
Kelas Sosial (X)	1. Kekayaan	1. Konsumen yang memiliki jumlah harta atau kekayaan yang berbeda-beda dan mereka mempunyai tingkat selera sesuai dengan kepemilikannya.
	2. Kekuasaan	2. Konsumen yang memiliki tingkat kekuasaan yang berbeda-beda di lingkungan bermasyarakatnya. Yang menduduki posisi lebih rendah ataupun lebih tinggi.
	3. Kehormatan	3. Konsumen yang paling disegani dan dihormati, mendapatkan atau menduduki lapisan teratas.
	4. Ilmu Pengetahuan	4. Konsumen yang mempunyai tingkat pendidikan, lulusan, pemahaman yang berbeda-beda mengenai ilmu pengetahuan.

Sumber: Indikator Kelas Sosial menurut Rizma M H. (2019)

Tabel 3.2
Operasional Variabel Y

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan Kebutuhan	1. Kesadaran kebutuhan akan produk
	2. Pencarian Informasi	2. Pencarian informasi produk orang lain
	3. Evaluasi Alternatif	3. Membandingkan produk dengan produk <i>competitor</i>
	4. Keputusan Pembelian	4. Melakukan pembelian terhadap produk
	5. Perilaku Konsumen <i>Pasca</i> Beli	5. Perilaku kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk

Sumber: Indikator keputusan pembelian menurut Fentia Tanata (2013)

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Sepatu Adidas sebanyak 475 responden yang merupakan siswa SMAN 1 Kediri di Jl. Veteran No. 1 Bandar Lor, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur.

4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁶ Populasi bisa dikatakan dengan keseluruhan objek penelitian. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah

⁴⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (bandung: Alfabeta, 2014), 148.

seluruh konsumen produk Sepatu Adidas yang juga merupakan siswa SMAN 1 Kediri, yakni sejumlah 475 siswa.

Sampel adalah bagian sebagian atau keseluruhan populasi yang dapat merepresasikan populasi secara menyeluruh.⁴⁷ Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan tabel penentuan jumlah sampel *Isaac* dan *Michael* dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%.

Pada penelitian ini tingkat kesalahan atau sampling error dalam menentukan jumlah sampel yaitu pada tingkat kesalahan 5%, dengan jumlah populasi 475. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 202 responden.

5. Sumber Data Penelitian

Sumber data menjelaskan tentang dari mana dan dari siapa data diperoleh, data apa saja yang dikumpulkan, bagaimana informan atau subjek tersebut, dan dengan cara bagaimana data dijaring sehingga validitasnya dapat terjamin. Sumber data dibedakan menjadi:

a. Sumber Data Primer

Sumber data ini adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Data primer dapat berupa opini subyek secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda, kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Data primer dalam penelitian ini berupa data

⁴⁷ Ibid, 63.

mengenai gambaran umum responden, penelitian umum responden mengenai Kelas Sosial dan Keputusan Pembelian pada Sepatu Adidas.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh lewat pihak lain dan tidak langsung didapatkan oleh peneliti subyek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud dokumentasi atau data laporan yang sudah tersedia.⁴⁸ Adapun data sekunder yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan melakukan riset kepustakaan. Di mana peneliti mengunjungi lembaga yang terkait dengan penelitian. Penelitian kepustakaan dilakukan dengan cara mengumpulkan, membaca buku, mencari data, artikel, jurnal, dan data dari internet.

5. Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut:

a. Observasi

Metode observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan

⁴⁸ Gendro, Wiyono, *Merancang penelitian bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*, (Yogyakarta: STIM YKPN yogyakarta, 2011), hlm. 131

pengamatan terhadap objek penelitian yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung.⁴⁹

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian di SMAN 1 Kediri. Teknik pengumpulan data observasi digunakan untuk memperoleh data proses jalannya pengisian angket.

b. Dokumentasi

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.⁵⁰ Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai :

- 1) Segala hal yang terkait dengan produk Sepatu Adidas
- 2) Sejarah SMAN 1 Kediri
- 3) Jumlah Siswa SMAN 1 Kediri

Data mengenai sekolah dan siswa diperoleh secara langsung oleh peneliti dari kantor tata usaha SMAN 1 Kediri dan data yang ada sesuai yang diperlukan oleh peneliti.

⁴⁹ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu...*, 114.

⁵⁰ Irawan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), 69.

c. 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.⁵¹

Dalam metode ini peneliti menggunakan angket terstruktur (*structure cuestionnaire*) yaitu jawaban yang diajukan sudah disediakan oleh peneliti. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa jawaban atas rumusan masalah, yaitu:

- 1) Kelas Sosial dalam membeli sepatu Adidas
- 2) Keputusan pembelian terhadap sepatu Adidas
- 3) Pengaruh kelas sosial terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas

6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sesuatu yang terpenting dan strategis kedudukannya di dalam keseluruhan kegiatan penelitian. Selain itu juga merupakan alat bantu peneliti dalam pengumpulan data.⁵² Alat bantu untuk instrumen penelitian adalah sebagai berikut:

a. Pedoman Observasi

⁵¹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 127.

⁵² Ridwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 32.

Alat bantu yang digunakan peneliti ketika mengumpulkan data melalui pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang diselidiki yaitu berupa kertas dan buku serta alat tulis.

b. 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 Kelas Sosial terhadap Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini akan menggunakan daftar pertanyaan (angket) yang berhubungan dengan Kelas Sosial dan Keputusan Pembelian.

c. Pedoman Dokumentasi

Dokumentasi 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. Data sekolahan dan siswa yang diperoleh dari kantor tata usaha SMAN 1 Kediri.

7. Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan semuanya kepada orang lain.⁵³ Analisis data dilakukan apabila data-data

⁵³ Tanzeh, *Pengantar Metode...*, 103.

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 analisis regresi dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 22. Adapun langkah-langkah mengolah data setelah terkumpul adalah:⁵⁴

a. *Editing* (Membersihkan Diri)

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.

b. *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

⁵⁴ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 2006), 81.

yang ada pada daftar pernyataan kedalam kategori variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini *coding* dan *categorizing* adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk variabel pertama, yaitu Kelas Sosial (X)
- 2) Untuk variabel kedua, yaitu Keputusan Pembelian (Y)

c. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pernyataan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan).

Penentuan skor untuk pernyataan positif sebagai berikut:

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

d. *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.

8. 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 22.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 22. Ukuran kemntapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁵⁵

- 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 Kelas Sosial dan tingkat Keputusan Pembelian terhadap Sepatu Adidas.

d. Uji Asumsi Klasik

- 1) Uji Multikolinieritas

⁵⁵ 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, diantaranya:

- 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.⁵⁶

2) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual ada atau pengamatan

⁵⁶ Dwi Prianto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 68.

dengan pengamatan pada model regresi.⁵⁷ Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

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

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada suatu tidaknya penyimpangan asumsi klasik Heteroskedastisitas. Yaitu terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan yang lain.⁵⁸ 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 di sekitar 0.

⁵⁷ Ibid, 68.

⁵⁸ Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

- b) Titik-titik data mengumpul hanya diatas aatau di bawah saja.
- c) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d) Penyebaran titik-titik data tidak terpola.
- e. 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 22. Model regresi yang baik seharusnya ditribusi residunya normal atau mendekati normal.

9. 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.⁵⁹ Adapun rumusnya sebagai berikut:

⁵⁹ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), 197.

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

Keterangan:

r : Korelasi *Pearson Product Moment*

n : Jumlah sampel

x : Skor setiap pertanyaan/item

y : Skor total⁶⁰

⁶⁰ Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), 304.

Tabel 3.3**Interprestasi 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.

10. 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 (tingkat Kelas Sosial)

b : Koefisien regresi

11. Uji Hipotesis

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

12. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.⁶¹ Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (Kelas Sosial) dalam menjelaskan variabel terikat Y (keputusan pembelian). Kriteria pengujian $R^2=0$, artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1, yang berarti 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.

⁶¹ Dwi Prianto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.