

BAB III

METODE 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

Rancangan penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka dan statistik. Penelitian kuantitatif menekankan penelitian pada data-data *numerical* (angka) yang dikelola dengan metode statistik.³

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian pada produk pakan ayam Dinasty Ps. Oleh sebab itu rancangan penelitian ini meramalkan pengaruh satu variabel prediktor atau independen terhadap satu variabel kriterium atau terikat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional antara variabel bebas X yakni persepsi terhadap variabel terikat Y yakni keputusan pembelian.

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

² Suharsimi Arikunto, *Metodologi penelitian* 31 ta: Bina Aksara, 2006), 112.

³ I Made Wiratha, *Metodologi Penelitian Sc* ii (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), 140

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karekteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga obyek- obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁵ Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dynasty yang berjumlah kurang lebih 500 orang konsumen pada 4 cabang di tempat berbeda yaitu Ponggok, Kawedusan, Srengat dan Kebonduren , berdasarkan kriteria pembelian per-bulan. Berikut data pembeliannya: Ponggok, Kawedusan, Srengat dan Kebonduren.

Tabel 3.1
Data Penjualan Ransum pada Dynasty Ps⁶

Bulan	Jumlah pembeli yang melakukan pembelian lebih dari 2 kali
Mei	510
Juni	502
Juli	498
Agustus	500
September	499
Oktober	506
November	493
Desember	505

Sumber: Observasi lapangan pada objek penelitian

Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling random yaitu teknik sampling kluster

⁴ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung : Alfabeta, 2005), 72.

⁵ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta : Kencana, 2005), 99.

⁶Dokumentasi Dynasty Ps

(*cluster sampling*) yang merupakan sampling, dimana elemen-elemen sampelnya merupakan elemen (*cluster*). Teknik sampling kluster disebut juga teknik kelompok atau teknik rumpun, teknik ini dilakukan dengan jalan memilih sampel yang didasarkan pada klusternya bukan individunya.⁷

Dalam teknik *cluster sampling* ini, analisis dilakukan pada sampel yang tersusun dan diseleksi berdasarkan parameter yang telah ditentukan sebelumnya. Parameter penentu ini dapat berupa berdasarkan demografi, latar belakang, perilaku dan kebiasaan, atau apa pun atribut lainnya yang dapat menjadi fokus penelitian yang dilaksanakan.

Tabel 3.2
Parameter Penentu

Aspek	Dinasty Pongkok	Dinasty Srengat	Dinasty Kawedusan	Dinasty Kebonduren
Frekuensi Pembelian	Melakukan pembelian dalam jumlah besar	Melakukan pembelian dalam jumlah menengah	Melakukan pembelian secara eceer	Melakukan pembelian dalam jumlah menengah
Rata-Rata Jumlah Ternak	15.000 ekor ke atas	5.000-7.000 ekor	1.000-3.000 ekor	6.000-10.000 ekor ayam
Jumlah Pembelian	1-3 ton	5-8 kwital	50-200 kg	6-9 kwintal
Kebiasaan	Masyarakat pedesaan	Masyarakat perkotaan	Masyarakat pedesaan	Masyarakat pedesaan

Dari tabel di atas diketahui perbedaan customer antar cabang Dinasty PS. Pada Dinasty PS Pongkok, customer kebanyakan melakukan pembelian dalam jumlah besar, yaitu 1-3 ton dan kebanyakan masyarakat tinggal di desa, jumlah ternak mereka 15000 ekor ke atas. Dinasty Srengat banyak yang melakukan pembelian dalam jumlah

⁷ Ibid., 15-16.

menengah yaitu 5-8 kwintal untuk customer banyak yang tinggal di kota, jumlah beternak mereka 5000-7000 ekor. Dinasty Kawedusan Banyak yang melakukan pembelian secara Ecer antara 50-200 kg jumlah ternak mereka 1000-3000 ekor, rata-rata peternak tinggal di pedesaan. Dinasty Kebonduren banyak yang melakukan pembelian dalam jumlah menengah yaitu 6-9 kwintal, jumlah ternak mereka rata-rata 6000-10000 ekor banyak dari, rata-rata mereka tinggal di pedesaan.

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Dinasty PS yang ditentukan berdasarkan pengambilan tersebar di 4 cabang, yang tersebar di Ponggok, Kawedusan, Srengat dan Kebonduren. Dari Ponggok tercatat ada sekitar 150 konsumen Dinasty PS dan diambil 10% dari jumlahnya yaitu 15 orang. Sedangkan Kawedusan tercatat juga 150 konsumen, jadi diambil sama yaitu 15 orang. Dan Srengat tercatat lebih sedikit dari kedua cabang tersebut yaitu 100 konsumen, jadi secara penghitungan didapat 10 orang. Serta dari Kebonduren juga terdapat 100 konsumen, jadi menurut perhitungan ada 10 orang. Dari hasil tersebut ditentukan jumlah sampel yang diteliti sebanyak 50 orang.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah Dinasty Ps, yang terletak di Desa Sumber Nanas, Rt/Rw 03/02, Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.⁸ 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.⁹ Adapun variabel yang diuji dalam penelitian ini ada 2 variabel. Sesuai dengan paradigma yang ada terdapat satu variabel bebas (*independent variabel*) dan satu variabel terikat (*dependent variabel*).¹⁰

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

Variabel bebas adalah variabel yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen (variabel X), yang mana menurut Assael Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi agar mereka memilih pemahaman yang lebih berarti.¹¹

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

Variabel terikat adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain-lain. Variabel ini berubah atau muncul akibat dari pengaruh variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Sedangkan keputusan pembelian sendiri menurut Kotler adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.¹²

⁸ Andreas S. Manampiring et.al., “Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kartu Kredit PT. Bank Mandiri Tbk. Manado”, *Jurnal EMBA*, Vol. 4 No. 2 (Juni, 2016), 168.

⁹ Eko Putro, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 1.

¹⁰ Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES, 2012), 59.

¹¹ Henry Assael, *Consumer Behavior and Marketing Action*, Fifth Edition, Terjemahan Octaviani, (Yogyakarta: Salemba Empat, 1995), 23-24.

¹² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium* (Jakarta: Prehelindo, 2002), 204.

Tabel 3.3
Indikator 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 Assael dalam Arina (2017)

Tabel 3.4
Indikator 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 Alternative	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 Kotler dalam Arina (2017)

E. Data Dan Sumber Data

Data adalah hasil pencatatan peneliti, baik berupa fakta ataupun angka. Atau segala informasi yang diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan.¹³ Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau objek penelitian.

Data primer biasanya diperoleh dengan wawancara langsung kepada objek atau dengan pengisian kuesioner (daftar pertanyaan) yang dijawab oleh objek penelitian. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangan. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga-lembaga penelitian swasta atau pemerintah. Data dapat diperoleh dari masing-masing lembaga tersebut, baik berupa laporan-laporan, buku-buku, profil, atau literatur yang lainnya.¹⁴

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.

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.¹⁵ Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada

¹³ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta:Rajawali Press,2008), 97-98.

¹⁴ Suharyadi dan Purwanto, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), 14.

¹⁵ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 127.

responden untuk dijawabnya.¹⁶ Menurut Sugiyono pertanyaan tidak terlalu panjang, sehingga akan membuat jenuh tesponden dalam mengisinya. Disarankan empirik jumlah pertanyaan yang memadai adalah antara 20 s/d 30 pertanyaan.¹⁷

Kuesioner akan dibagikan kepada para konsumen Dinasty Ps dengan criteria minimal dua kali pembelian. Pengukuran jawaban dari kuesioner yang dilakukan menggunakan pengukuran skala *Likert*, skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.¹⁸ Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 5 poin skala dengan skor yang dapat diberikan sebagai berikut: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

G. 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.¹⁹ 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

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 142.

¹⁷ *Ibid.*, 144.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis.*, 132-133.

¹⁹ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), 32.

data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.²⁰ Adapun langkah-langkah mengolah data setelah terkumpul adalah:

1. *Editing*

Data yang masuk (*raw data*) perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam pengisianannya, barangkali ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai dan sebagainya. Pekerjaan mengoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut *editing*.²¹

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 tanda atau simbol atau kode bagi tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.²² 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. *Sekoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor.²³

Pengisian kuisionernya didasarkan pada data responden yang telah terkumpul.

4. Pengujian Hipotesis

²⁰ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009), 103.

²¹ *Ibid.*, 104.

²² *Ibid.*, 82.

²³ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.*, 241-242.

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.