

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis serta Pendekatan Penelitian

Penelitian tersebut termasuk di penelitian kuantitatif yakni pendekatan yang perolehan penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka-angka statistik.³⁸ Penulis hendak melihat terdapatnya pengaruh kelompok referensi terhadap kebijakan membeli produk *fashion* merek Erigo. Variabel yang dipakai yakni:

1. Variabel bebas (X) yakni menjadi sebab perubahan timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian tersebut yakni kelompok referensi.
2. Variabel terikat (Y) yakni variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat di penelitiannya yakni kebijakan pembelian.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian tersebut dilakukan di Fakultas Ekonomi serta Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri yang berada di Jalan Sunan Ampel No 07 Kecamatan Ngronggo Kota Kediri.

C. Populasi serta Sampel

Populasi yakni sekelompok elemen ataupun kasus, baik individu, objek, kejadian ataupun peristiwa yang mempunyai kriteria tertentu serta untuknyalah penelitian digunakan. Populasi biasanya disebut dengan total

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 7.

objek dalam penelitian yang hendak dilakukan.³⁹ Populasi pada penelitian kali ini yakni konsumen Erigo mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan tahun 2018.

Sampel yakni bagian dalam jumlah serta karakteristik yang dimilikinya oleh populasinya.⁴⁰ Pada kepenelitian tersebut, karena populasi yang hendak diteliti berjumlah 101, sesuai dengan teori yang mengatakan apabila terdapat 100 hingga 150 orang yang mana pada pengumpulan data peneliti menggunakan angket, supaya mendapatkan data yang valid maka populasinya dipakai sebagai sampel.⁴¹ Dalam demikian populasi yang terdapat diambil sebagai obyek penelitian serta hendak digunakan sebagai sampel pada penelitian ini, yang berjumlah 101.

D. Definisi Operasional Variabel

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

Variabel bebas didefinisikan sebagai kumpulan dari semua gejala yang mempunyai beragam aspek atau unsur yang memiliki fungsi untuk mempengaruhi dan menentukan kemunculan variabel yang lain. Adapun variabel bebas pada penelitian ini adalah kelompok referensi. Kelompok referensi merupakan individu atau kelompok orang yang dianggap memiliki relevansi yang signifikan pada seseorang dalam hal

³⁹ Fathor Rasyid, *Metodologi Penelitian Sosial, Teori &Praktek* (Kediri: STAIN Kediri Press, 2015), hal. 108.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 65.

⁴¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), hal. 112.

mengevaluasi, memberikan aspirasi, atau dalam berperilaku.⁴² Berikut adalah indikator kelompok referensi:

Tabel 3.1
Operasional Variabel Kelompok Referensi (X)

Variabel	Definisi	Indikator
Kelompok Referensi (X)	Semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut	Pengetahuan kelompok referensi mengenai produk.
		Kredibilitas dari kelompok referensi.
		Pengalaman dari kelompok referensi.
		Keaktifan kelompok referensi.
		Daya tarik kelompok referensi.

Sumber: Sumarwan dalam skripsi Muhammad Ramadhan Sembiring, (2019).

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

Variabel ini merupakan variabel yang diakibatkan atau terpengaruh oleh variabel lainnya disebut variabel terikat.⁴³ Keputusan pembelian merupakan variabel terikat pada penelitian ini. Keputusan pembelian merupakan suatu langkah dalam pengambilan keputusan dan pembelian yang meliputi penentuan apakah akan membeli atau tidak, dan keputusan itu diambil dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.⁴⁴ Berikut indikator keputusan pembelian menurut Tjiptono Fandy:

⁴² M. Risal Nadila, Muhammad Aqsa, "Analisis Penggunaan Social Media Influencer Untuk Meningkatkan Brand Awareness" (Universitas Muhammadiyah Palopo, 2016), hal. 2.

⁴³ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hal. 62.

⁴⁴ Sofjan Assauri, *Op.Cit*, hal.225.

Tabel 3.2
Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Definisi	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Tahap dimana konsumen memutuskan untuk membeli salah satu dari beberapa alternatif produk yang telah dievaluasi atau dipertimbangkan	Mengidentifikasi kebutuhan
		Pencarian informasi
		Evaluasi alternatif
		Keputusan pembelian
		Perilaku pasca pembelian

Sumber: Tjiptono Fandy dalam skripsi Fasihatul Muslihah, (2018).

E. Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data primer merupakan hasil dari data yang peneliti olah sendiri dari objek penelitiannya.⁴⁵ Data primer yang terdapat pada penelitian ini meliputi data kuesioner, perspektif responden, penilaiannya terhadap kelompok referensi serta keputusan pembelian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data dari sumber kedua atau sekunder yang dibutuhkan. Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data sekunder dalam penelitian ini bersifat mendukung keperluan data primer seperti : catatan, dokumen, dan lain-lain.

⁴⁵ Sugiyanto & Supramono, *Statistika* (Yogyakarta: Andi Offset, 1993), hal. 53.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu fenomena yang akan diamati.⁴⁶ Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah angket. Angket merupakan serangkaian daftar pertanyaan yang dibagikan dan harus dijawab oleh responden, sebagai indikator pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian produk *fashion* merek Erigo.

G. Analisis Data

Metode analisis data adalah proses pengurutan data yang dirangkai dalam suatu pola, kategori maupun satuan uraian dasar.⁴⁷ Analisis data pada penelitian kuantitatif di proses setelah data lengkap. Setelah data yang terkumpul sudah lengkap kemudian diuji validitas dan realibilitas untuk menguji apakah alat ukur yang digunakan benar-benar telah mengukur data yang seharusnya diukur.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel, digunakan teknik analisis korelasi. Dan untuk mengetahui bentuk hubungan dan persamaan dalam melakukan prediksi, maka digunakan analisis regresi. Adapun proses dalam menganalisis data yang telah lengkap adalah sebagai berikut:

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hal. 102.

⁴⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), hal. 29.

1. Pengecekan data

Pada tahap ini peneliti mengecek apakah pengisian instrumen sudah lengkap sesuai dengan petunjuk.⁴⁸

2. Pengeditan data

Data yang telah dicek kelengkapannya perlu diedit dengan dibaca sekali lagi dan bila ada jawaban item yang kurang jelas diperbaiki kembali.

3. *Coding* dan *Categorizing*

Memberikan kode di setiap data yang masuk ke dalam kategori yang sama. *Categorizing* merupakan pengelompokkan data yang terdapat dalam daftar pertanyaan ke dalam kategori masing-masing variabel.⁴⁹

4. *Scoring* (Memberi Skor)

Scoring merupakan pemberian skor pada tiap item tertentu yang harus diberi skor. Berikut adalah pemberian skor pada tiap item yang telah ditentukan:

- a. Skor untuk jawaban Sangat setuju (SS) : 5
- b. Skor untuk jawaban Setuju (S) : 4
- c. Skor untuk jawaban Netral (N) : 3
- d. Skor untuk jawaban Tidak setuju (TS) : 2
- e. Skor untuk jawaban Sangat tidak setuju (STS) : 1

5. *Tabulating* (Penyusunan Tabel)

Membuat beberapa tabel yang isinya merupakan data-data yang memiliki kode yang sinkron dengan analisis yang diperlukan. Jawaban-jawaban

⁴⁸ *Ibid*, hal.30.

⁴⁹ Marzuki, *Metode Penelitian Riset* (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 2006), hal. 81.

yang mirip digolongkan secara teliti dan diatur sedemikian rupa, lalu dihitung dan dijumlahkan seberapa banyak item yang sesuai dengan kategori.

6. *Processing*

Processing adalah mengolah, menghitung dan menganalisis data dengan statistik.⁵⁰ Berikut adalah analisis statistik yang digunakan:

a. Uji Validitas

Digunakan untuk mengukur apakah suatu kuesioner sudah valid atau belum. Kuesioner yang valid merupakan kuesioner yang dapat mengungkapkan inti dari kuesioner tersebut.⁵¹

b. Uji Realibilitas

Digunakan sebagai sebuah indikator yang menggambarkan sejauh mana dapat dipercaya dan dapat diandalkannya suatu alat pengukur.

c. Uji Normalitas

Fungsi dari uji normalitas yaitu untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi yang diikuti oleh variabel yang digunakan.⁵²

d. Analisis Korelasi (*Pearson Product Moment*)

Analisis untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) untuk data berskala interval dan

⁵⁰ Lina Prasetyo, Bambang dan Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 171–75.

⁵¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Cetakan IX* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), hal. 45.

⁵² Wiratama, *Belajar Mudah SPSS* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), hal. 187.

rasio.⁵³ Berikut pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi:

Tabel 3.3
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang/Cukup
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Ridwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*.⁵⁴

e. Analisis Regresi Linier Sederhana

Mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif dan perubahan x terhadap perubahan y. Hubungan x dan y dapat dinyatakan sebagai fungsi linier sebagai berikut:

$$y = a + bx$$

Keterangan:

y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

x = Kelompok referensi

⁵³ Husaini & R. Purnomo Setiady Akbar Usman, *Pengantar Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hal. 197.

⁵⁴ Ridwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis* (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 136.

f. Melakukan Uji t

Uji t digunakan untuk mengkaji atau melihat variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen secara parsial atau sendiri-sendiri.⁵⁵

g. Koefisien Determinasi (R^2)

Menganalisa seberapa mampu model pada saat menerangkan variabel terikat merupakan tujuan dari koefisien determinasi.⁵⁶

⁵⁵ Usman, hal. 67.

⁵⁶ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hal. 79.