

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang mana digunakan untuk melakukan pengujian terhadap sebuah teori dengan meneliti hubungan antar beberapa variabel. Variabel-variabel yang ada akan diukur dan menghasilkan data berupa angka yang kemudian dianalisis menggunakan prosedur statistik.¹ Penelitian ini berjenis penelitian korelasional yang mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan/ pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel yang dimaksud disini yakni persepsi sebagai variabel independen lalu keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

B. Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diamati dan dipelajari yang kemudian dapat ditarik sebuah kesimpulan. Variabel yang ada harus didefinisikan secara operasional untuk mempermudah dalam menentukan prosedur penelitian. Dalam penelitian ini ada dua variabel yang akan diuji yaitu persepsi sebagai variabel bebas (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y). Berikut ini definisi operasional dari masing-masing variabel:

¹ John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif da Mixed* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 5.

1. Variabel bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang diduga mempengaruhi variabel terikat². Variabel bebas yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah persepsi. Persepsi merupakan proses pemaknaan rangsangan yang diterima oleh pancaindra.³ Persepsi adalah proses yang dilalui seseorang untuk memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi atau rangsangan yang telah diterima.

Tabel 3.1

Indikator Variabel X

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Persepsi Konsumen (X)	Kinerja	Fungsi dasar yang dimiliki suatu produk yang memberikan kenyamanan bagi konsumen
	Pelayanan	Cara karyawan toko dalam melayani konsumen
	Ketahanan	Konsistensi kinerja produk yang dikura berdasarkan daya tahan produk
	Keandalan	Keberhasilan suatu produk sehingga tetap bisa dipercaya oleh konsumen dalam jangka waktu yang lama

² Safuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 62.

³ Henry Assael, *Consumer Behavior and Marketing Action*, Fifth Edition, Terjemahan Octaviani (Yogyakarta: Salemba Empat, 1995), 23-24.

	Fitur Produk	Kelebihan produk jika dibandingkan dengan produk yang dimiliki kompetitor
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Kesesuaian kinerja suatu produk dengan keterangan yang melekat pada produk tersebut
	Estetika	Penampilan fisik produk yang dapat diterima dan dinilai oleh pancaindera

Sumber: Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset⁴

2. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang ada akibat pengaruh dari variabel bebas. Variabel ini diukur guna mengetahui besar kecilnya pengaruh dari variabel lain. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Pengambilan keputusan pembelian adalah beberapa tahap yang dilalui oleh seseorang untuk menentukan pilihan akan produk atau jasa yang akan dibeli.⁵ Menurut Kotler dan Amstrong, proses pengambilan keputusan terdiri dari lima tahapan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan yang terakhir perilaku pasca pembelian.⁶

⁴ Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, 68.

⁵ Anang Firmansyah, *Op. Cit.*, 25.

⁶ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 179.

Tabel 3.2
Indikator Variabel Y

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan kebutuhan	Kesadaran akan adanya kebutuhan sebuah produk
	Pencarian informasi	Pencarian informasi mengenai produk dari media atau orang lain
	Evaluasi alternatif	Membandingkan produk dengan produk milik kompetitor
	Keputusan pembelian	Melakukan pembelian suatu produk
	Perilaku pasca pembelian	Perilaku yang didasarkan pada kepuasan atau ketidakpuasan setelah membeli suatu produk

Sumber: Meithiana Indrasari. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Utomo Press.⁷

C. Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan untuk melakukan penelitian ini berada di Sambi Swalayan yang beralamat di Jl. Surya No. 50, Petung, Sambi, Kec. Ringinrejo. Kab. Kediri.

⁷ Meithiana Indrasari, *Op. Cit.*, 72-73.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dengan cara mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti. Adapun data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari jawaban para responden atas pertanyaan-pertanyaan yang ada di dalam kuesioner yang telah disebarakan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, dokumen, jurnal, internet, dan berbagai literatur lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi baik berupa subyek ataupun objek yang mempunyai karakter tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti yang kemudian dipelajari dan ditarik sebuah kesimpulan darinya.⁸ Dalam penelitian ini populasi yang ditetapkan oleh peneliti adalah konsumen produk kosmetik Wardah di Sambi Swalayan dengan jumlah yang tidak dapat dihitung secara pasti.

⁸ Saifuddin Azwar, *Op. Cit.*, 82.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari anggota populasi yang dipilih dengan teknik tertentu yang kemudian diteliti. Penetapan sampel diharapkan bisa mewakili semua anggota populasi.⁹ Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *Probability Sampling* yakni metode pengambilan sampel dengan memberikan kesempatan yang sama bagi semua anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. Sampel diambil dengan metode *Random Sampling* yang berarti penentuan anggota sampel dilakukan secara acak, maksudnya adalah siapapun responden yang bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, yang mana responden tersebut adalah konsumen produk kosmetik Wardah di Sambi Swalayan.

Didasarkan pada jumlah populasi yang tidak dapat terhitung secara pasti, maka penetapan jumlah sampel dalam penelitian ini berpedoman pada rumus Wibisono, yaitu:¹⁰

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai tabel Z pada nilai α tertentu

σ = Standart deviasi populasi

e = kesalahan yang dapat ditoleransi

⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 74.

¹⁰ Akdon dan Riduwan, *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika* Cet. 2, (Bandung: Alfabeta, 2010), 243.

dengan ketentuan jika nilai proporsi atau perbandingan dari populasi tidak diketahui secara pasti, maka nilai $\sigma = 0,25$. Tingkat kepercayaan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 95% dan nilai kesalahan (e) sebesar 5% (0,05), sehingga diperoleh nilai $Z_{\alpha/2} = 1,96$. Berdasarkan rumus Wibisono, perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} n &= \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2 \\ n &= \left(\frac{1,96 \times 0,25}{0,05} \right)^2 \\ &= 9,8^2 \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 orang.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang objektif yang kemudian diolah dan dapat ditarik sebuah kesimpulan.¹¹ Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa angket (kuesioner) yangmana digunakan untuk mengumpulkan data mengenai persepsi dan keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah di Sambu Swalayan.

¹¹ Purwanto, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 183.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden, selain itu juga dengan melakukan studi pustaka untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan penelitian. Kuesioner termasuk instrumen penelitian yang mana memuat daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh responden dengan mengikuti tata cara pengisian yang sudah ditentukan oleh peneliti.¹²

H. Analisis Data

Penelitian ini berjenis kuantitatif sehingga mempunyai tahapan analisis data sebagai berikut:

1. Pemeriksaan (*Editing*)

Pada tahap awal ini, peneliti akan memeriksa data yang sudah diperoleh, apakah data yang terkumpul sudah siap diolah atau belum. Peneliti juga mengecek apakah instrumen penelitian secara fisik sudah lengkap (dalam artian tidak ada lembar instrumen yang hilang/ rusak). Kegiatan pengecekan ini bertujuan untuk memperbaiki jika memang terdapat data yang palsu, identitas responden kurang lengkap, tidak sesuai, dan sebagainya.

¹² Wina Sanjaya, *Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2014), 255.

2. Pemberian Kode (*Coding*)

Tahap kedua adalah pemberian kode pada masing-masing data yang termasuk dalam kategori yang sama.¹³ Kode dapat berupa angka, huruf atau perpaduan angka dan huruf. Kode yang ditetapkan peneliti dalam penelitian ini adalah:

- a. Persepsi menggunakan kode X
- b. Keputusan pembelian menggunakan kode Y

3. Pemberian Nilai atau Skor (*Scoring*)

Tahap ketiga adalah memberi skor atau nilai pada item atau pertanyaan telah diajukan. *Scoring* dalam penelitian ini berpedoman pada skala likert, berikut ketentuannya:

Tabel 3.3

Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

4. Tabulasi Data (*Tabulating*)

Pada tahap keempat ini, jawaban yang diperoleh dari responden yang sudah diberi kode dikelompokkan ke dalam tabel-tabel tertentu.

Tidak hanya dikelompokkan tetapi juga diatur angka-angkanya dan

¹³ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 24.

kemudian dilakukan perhitungan.¹⁴ Dengan adanya proses tabulasi data, maka akan mempermudah peneliti dalam melakukan perhitungan serta memasukkan data ke dalam sebuah rumus.

5. Proses (*Processing*)

Tahap ini terdiri dari proses penghitungan dan pengelolaan data yang kemudian hasilnya dianalisis dengan statistik.¹⁵ Dalam pengerjaan tahap ini peneliti menggunakan bantuan program aplikasi SPSS 21. SPSS ini adalah salah satu aplikasi yang digunakan khusus untuk melakukan analisis statistika. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian terhadap instrumen terutama terkait tingkat kevalidan instrumen tersebut yangmana menjadi alat bantu untuk mendapatkan data. Instrumen atau kuesioner dinyatakan valid jika item-item yang ada dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Penentuan valid atau tidaknya suatu instrumen penelitian dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} berdasarkan hasil perhitungan SPSS 21, dengan ketentuan jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} berarti instrumen dapat dikatakan sah atau valid.¹⁶

¹⁴ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), 168.

¹⁵ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 171.

¹⁶ Wiratna, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 186.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji instrumen yang menunjukkan sejauh mana sebuah instrumen dapat diandalkan untuk mengumpulkan data. Berikut adalah ketentuan terkait ukuran kemantapan *alpha cronbach* dalam uji reliabilitas:¹⁷

- a) Nilai *alpha* 0,00 – 0,2 bisa dinyatakan kurang reliabel
- b) Nilai *alpha* 0,21 – 0,4 bisa dinyatakan agak reliabel
- c) Nilai *alpha* 0,41 – 0,6 bisa dinyatakan cukup reliabel
- d) Nilai *alpha* 0,61 – 0,8 bisa dinyatakan reliabel
- e) Nilai *alpha* 0,81 – 1,00 bisa dinyatakan sangat reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengecek apakah variabel yang ditetapkan dalam sebuah regresi mengikuti distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini pengujiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 21 dengan melakukan uji nilai *Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan analisis jika nilai *sig. 2 tailed* $\geq 0,05$ berarti data terdistribusi normal.¹⁸

¹⁷ Agus Eko Sujuanto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

¹⁸ Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 93.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas (ada perbedaan varian dari residual yang sedang diamati dengan pengamatan lain). Regresi yang baik adalah yang terhindar dari heteroskedastisitas.¹⁹ Heteroskedastisitas dapat diukur menggunakan metode plot dengan dasar:

- a) Apabila *scatterplot* membentuk pola yang teratur, hal itu berarti dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas
- b) Apabila tidak terbentuk pola yang jelas dan titik-titik meyebar di atas dan dibawah 0 pada sumbu y (tidak berkumpul di salah satu titik saja) dan tidak membentuk pola, berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yangmana dapat dikatakan menyimpang jika dalam suatu model regresi terdapat korelasi antara variabel pengganggu pada periode satu dengan periode sebelumnya. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, maka dapat berpedoman pada kriteria yang ditetapkan oleh *Durbin Watson* yaitu:

¹⁹ Fajri Ismail, *Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 220.

- a) Apabila nilai $d < dL$ atau $d > (4-dL)$ berarti terdapat auto korelasi
- b) Apabila nilai $dU < d < (4-dU)$, berarti tidak ada autokorelasi
- c) Apabila nilai $dL < d < dU$ atau $(4-dU) < d < (4-dL)$, berarti tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.²⁰

c. Analisis Korelasi (r)

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel serta untuk mengetahui seberapa kuat hubungan yang terjadi diantara keduanya, jadi analisis korelasi disini digunakan mencari tahu ada atau tidaknya hubungan antara persepsi dengan keputusan pembelian. Analisis korelasi pada penelitian ini menggunakan metode *Pearson Product Moment* dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan nilai signifikansi:
 - a) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ berarti terdapat korelasi
 - b) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ berarti tidak terdapat korelasi
- 2) Berdasarkan nilai r:
 - a) Apabila nilai $r = 0,00$ sd $0,2$ bisa dinyatakan sangat rendah

²⁰ Gozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), hlm, 110.

- b) Apabila nilai $r = 0,21$ sd $0,4$ bisa dinyatakan korelasi rendah
- c) Apabila nilai $r = 0,41$ sd $0,6$ bisa dinyatakan korelasi sedang
- d) Apabila nilai $r = 0,61$ sd $0,8$ bisa dinyatakan korelasi kuat
- e) Apabila nilai $r = 0,81$ sd $1,00$ bisa dinyatakan korelasi sangat kuat.²¹

d. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi sederhana digunakan untuk penelitian yang mempunyai masing-masing satu variabel independen dan variabel dependen. Berikut adalah model persamaan regresi linear sederhana :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- Y = Keputusan pembelian
- a = Konstanta
- X = Persepsi
- b = Koefisien arah regresi

²¹ Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 68.

e. Uji t

Uji t digunakan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang sudah dirumuskan terkait pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Cara pengujiannya adalah dengan menghitung nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , kemudian membandingkan hasil keduanya. Berikut kriteria yang ditetapkan dalam uji t:

- 1) Apabila nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq t_{tabel}$, dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima
- 2) Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < t_{tabel}$, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.²²

f. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan seberapa mampu variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, apakah kemampuannya terbatas atau dapat menjelaskan secara rinci untuk memprediksi variabel dependen. Nilai R^2 berada antara 0 sampai 1, semakin besar nilainya maka semakin kuat pula kemampuannya untuk menjelaskan variabel dependen. Selain itu semakin besar nilai R^2 juga menunjukkan semakin berpengaruhnya variabel independen terhadap variabel dependen.

²² *Ibid.*, 79.