

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Menurut Babbie rancangan penelitian adalah mencatat perencanaan dari cara berpikir dan merancang suatu strategi untuk menemukan sesuatu.<sup>26</sup> Jenis penelitian ini merupakan penelitian dan menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

#### B. Definisi Operasional Variabel

Menurut Kerlinger definisi operasional merupakan spesifikasi kegiatan peneliti dalam mengukur suatu variabel.<sup>27</sup> 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.<sup>28</sup> Variabel bebas pada penelitian ini adalah Pengaruh Persepsi.

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

Variabel terikat muncul akibat pengaruh variabel bebas dan diukur untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel lain.<sup>29</sup> Dalam penelitian

---

<sup>26</sup> Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 53.

<sup>27</sup> Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 81.

<sup>28</sup> Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 62.

ini variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian. Identifikasi berdasarkan indikator pada variabel X dan variabel Y adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel X**

Variabel	Variabel Indikator	Diskripsi Indikator
Persepsi Konsumen (X)	Sikap	Positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang.
	Motivasi	Motif yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukannya
	Minat	penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.
	Pengalaman masa lalu	Penarikan kesimpulan yang sama dengan apa saja yang pernah dilihat dan didengar.
	Harapan	Kecenderungan menolak gagasan, ajakan, atau tawaran yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkannya
	Sasaran	Sasaran dapat mempengaruhi suatu penglihatan, yang akhirnya akan mempengaruhi persepsi.
	Situasi	Sasaran atau benda yang sama yang dilihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.

Sumber: Setiadi Nugraha J, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), 164.

<sup>29</sup> Ibid, 62.

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel Y**

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Kemantapan pada sebuah produk	Keputusan konsumen untuk membeli laptop Asus setelah mempertimbangkan berbagai informasi yang di perolehnya.
	Kebiasaan dalam membeli produk	pengalaman orang terdekat dalam menggunakan suatu produk.
	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	penyampaian informasi yang positif kepada orang lain agar tertarik untuk melakukan pembelian.
	Melakukan pembelian ulang	pembelian yang berkesinambungan setelah merasakan kenyamanan atas produk atau jasa yang diterima.

Sumber: Indikator keputusan pembelian menurut Fajar Idris (2014).

### C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah latar belakang tempat dimana suatu penelitian dilakukan dimana peran lokasi sebagai objek material sangat erat kaitannya dengan sumber informasi terhadap objek.<sup>30</sup> Lokasi penelitian dilakukan di kampus IAIN Kediri Jl. Sunan Ampel No.7, Ngronggo, Kec. Kota Kediri, Kediri, Jawa Timur 64127. Dilakukan di kampus IAIN Kediri karena merupakan lokasi penelitian yang tidak asing bagi peneliti, sehingga memudahkan peneliti dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan.

<sup>30</sup> Nyoman Kutha Ratna, 296.

### 1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian menurut Arikunto adalah tempat variabel melekat. Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2016. Dikarenakan dari hasil pengamatan, mahasiswa program studi Ekonomi Syariah angkatan 2016 diperkirakan dapat mewakili masalah pokok dalam penelitian ini.

### 2. Obyek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu inti dari permasalahan penelitian yang selanjutnya menjadi variabel penelitian.<sup>31</sup> Obyek dalam penelitian ini adalah persepsi mahasiswa program studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2016 tentang keputusan pembelian laptop merek Asus.

## **D. Populasi dan Sampel**

Arikunto menyatakan populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.<sup>32</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2016 yang masih aktif hingga Juli 2021 yang menggunakan laptop Asus sejumlah 56 mahasiswa. Pada penelitian kali ini seluruh populasi di jadikan sampel, sehingga populasi yang dijadikan sampel semua dalam sebuah penelitian merupakan sampel jenuh.

---

<sup>31</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 15.

<sup>32</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 130.

Sampel adalah sebagian populasi yang diteliti dan mewakili karakteristik populasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan jenis *Non Probability Sampling* dengan jenis sampel jenuh. Menurut Sugiyono *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.<sup>33</sup> Berdasarkan karakteristik sampel yang ditentukan, maka didapat sampel sebanyak 56 mahasiswa sebagai responden dalam penelitian ini

#### **E. Data dan Sumber Data**

Data primer adalah data suatu penelitian yang didapatkan langsung dari sumber penelitian yang asli.<sup>34</sup> Sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang diberikan pada responden yakni mahasiswa program studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2016 yang menggunakan produk laptop Asus berjumlah 56 mahasiswa.

Data sekunder adalah suatu data penelitian yang dapat peneliti peroleh dari sumber yang tidak langsung atau media perantara.<sup>35</sup> Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen tentang profil kampus IAIN Kediri serta dokumen lain yang berkaitan dengan kepentingan penelitian ini.

---

<sup>33</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 82.

<sup>34</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian*, 171.

<sup>35</sup> Ibid, 44.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah bagaimana cara seorang peneliti mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Untuk memperoleh data, metode yang digunakan penulis sebagai berikut:

### 1. Metode kuesioner (Angket)

Metode angket adalah metode pengumpulan data dimana peneliti memberikan pertanyaan tertulis kepada responden<sup>36</sup> Instrumen utama dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data primer dari mahasiswa yang akan dijadikan sampel, dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala *Likert*. Sugiyono menyatakan Skala *Likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>37</sup>

### 2. Metode *Interview*

Cara ini sering disebut wawancara/tanya jawab antara dua orang atau lebih yaitu antara yang mencari data dan responden guna mendapatkan data-data yang belum diperoleh dari angket.<sup>38</sup>

### 3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi diperlukan untuk menggali informasi yang dibutuhkan dan berasal dari dokumen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, baik berupa dokumen tertulis maupun lainnya.

---

<sup>36</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: UPFE UMY, 2003), 142

<sup>37</sup> Ibid, 134.

<sup>38</sup> Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), 55.

## G. Analisis Data

Menurut Sugiyono mengatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>39</sup> Teknik analisis data berupa angka-angka menggunakan bantuan dari program SPSS 21.0 Langkah-langkahnya adalah:

1. Persiapan
  - a. Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden
  - b. Mengecek kelengkapan data yang diterima
  - c. Mengecek jawaban responden terhadap variabel utama, jika tidak lengkap maka item tersebut harus di drop.<sup>40</sup>
2. *Editing*

Setelah melakukan persiapan maka tahap selanjutnya adalah editing setelah peneliti berhasil mengumpulkan data di lapangan. Terkadang data yang terkumpul belum memenuhi harapan sehingga harus memperbaikinya dengan *editing*. Maka dari itu editing sangat penting dan dibutuhkan dalam penelitian.

---

<sup>39</sup> Sugiyono, 428.

<sup>40</sup> Hamzah B.uno, Teori Motivasi dan Pengukurannya di Bidang Pendidikan, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 23.

a. *Coding* atau *Categorizing*

Kegiatan berikutnya adalah mengklasifikasi data-data melalui tahap *coding* yang dimaksudkan untuk memberi identitas pada data sehingga memiliki arti tertentu saat dianalisis.<sup>41</sup> *Categorizing* adalah pengolongan data yang ada pada daftar pertanyaan kedalam kategori variabelnya masing-masing. Dalam penelitian ini *Coding* atau *categorizingnya* adalah:

- 1) Untuk Variabel bebas (X), Pengaruh Persepsi
- 2) Untuk Variabel terikat (Y), yaitu Keputusan Pembelian

3. *Scoring*

Pemberian skor atau angka di setiap item pada lembar jawaban angket dan sesuai dengan peringkat optionnya disebut dengan *Scoring*.<sup>42</sup> Tingkata peringkatnya diantaranya:

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

4. *Tabulating* data

Proses penghitungan frekuensi yang terbilang di dalam masing-masing kategori disebut *tabulasi*. Perhitungan hasil *tabulating* data

---

<sup>41</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian*, 200-202.

<sup>42</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 242.

biasanya penyajian datanya dalam bentuk tabel, sehingga sering diartikan sebagai proses menyusun data dalam bentuk tabel.<sup>43</sup>

a. *Processing* (Proses)

Processing adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.<sup>44</sup> Adapun teknik analisisnya sebagai berikut:

b. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Arikunto menjelaskan bahwa validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Dapat dikatakan valid apabila validitas instrumen tersebut tinggi dan dapat mengukur serta mengungkap data variabel yang diinginkan secara tepat. Jauhnya penyimpangan antara data yang terkumpul dengan gambaran validitas dapat ditunjukkan dengan tinggi rendahnya validitas instrumen. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat keandalan alat ukur yang digunakan. Menurut Sugiyono (2014), “Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui validitas dari setiap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner yaitu dengan menguji korelasi antara skor item dengan skor total.” Jika koefisien korelasi tiap faktor tersebut lebih dari 0,05 maka

---

<sup>43</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian*, 205-206.

<sup>44</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 171.

menunjukkan pertanyaan atau pernyataan tersebut valid, dengan menggunakan software SPSS 21.0.

## 2) Uji Reliabilitas

Suharsimi Arikunto menjelaskan bahwa reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Arti dari reliabel itu sendiri adalah dapat dipercaya dan diandalkan, maka instrumen dalam penelitian dapat dikatakan baik apabila dapat mengarahkan responden dalam memilih jawaban tertentu atau bersifat tendensius.<sup>45</sup> Uji reliabilitas merupakan kemampuan suatu instrument untuk diuji kembali dengan memberikan hasil yang relatif konstan. Suatu instrumen dikatakan reliable jika memberikan hasil yang relative sama jika diuji secara berulang-ulang. Reliable jika nilai Cronbach Alpha  $\geq 0.60$ .

## 3) Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Normalitas

Menurut Sunjyo distribusi yang baik tidak akan melenceng ke kiri atau ke kanan atau distribusinya dari mendekati normal hingga mendekati normal. Oleh karena itu uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah

---

<sup>45</sup> Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi*, (yogyakarta: CAPS, 2011), 69-70.

dalam suatu model regresi, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data, anantara lain uji chi-kuadrat, uji liliefors, uji kolmogorov-smirnov.<sup>46</sup>

b) Uji Linieritas

Menurut Supriyanto dan Maharani, “Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah bersifat linier (apakah hubungan antar variabel yang hendak dianalisis mengikuti garis lurus atau tidak).” Uji linieritas dilakukan dengan dua cara yaitu menggunakan *curve estimation* dan *deviation from linierity*.<sup>47</sup>

Menurut Sunyoto, “Pedoman penggunaan *curve estimation*, jika nilai sig f < 0,05, maka variabel X memiliki hubungan linier dengan Y. Sebaliknya jika sig f > 0,05, maka variabel X tidak memiliki hubungan linier dengan Y.”

c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sunjoyo uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang

---

<sup>46</sup> Sunjoyo, Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset, (Bandung: Alfabeta,2013), 219.

<sup>47</sup> Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi*, (yogyakarta: CAPS, 2011), 69-70.

lain.<sup>48</sup> Untuk mendeteksinya dapat dilakukan dengan melihat grafik scatter plot.

d) Uji Autokorelasi

Sunjoyo mengemukakan bahwa uji autokorelasi dilakukan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara periode  $t$  dengan periode sebelumnya ( $t-1$ ). Dengan dilakukannya uji autokorelasi ini akan diketahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu adanya korelasi antar anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu.<sup>49</sup> Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan uji *Durbin-Watson*.

4) Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono, analisis regresi linier sederhana dihitung berdasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal suatu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Persamaannya menggunakan rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel kriterium (variabel keputusan pembelian)

X = Variabel predictor (variabel persepsi)

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi linier.

---

<sup>48</sup> Ibid, 69.

<sup>49</sup> Ibid, 73.

### 5) Analisis Korelasi

Korelasi (*Person Product Moment*) adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.<sup>50</sup>

### 6) Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima atau variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima atau variabel independen secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, maka digunakan probabilitas sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ).

- Jika  $sig > \alpha (0,05)$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh variabel X (persepsi) terhadap variabel Y (keputusan pembelian).
- Jika  $sig < \alpha (0,05)$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang artinya ada pengaruh variabel X (persepsi) terhadap variabel Y (keputusan pembelian).

---

<sup>50</sup>Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79

Pengujian validasi dalam penelitian ini menggunakan komputer dengan bantuan program *SPSS for windows*.

7) Uji Signifikasi Regresi (Uji t)

Sugiyono menyatakan bahwa uji t adalah salah satu uji statistik yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan dari dua buah mean sampel.<sup>51</sup>

Uji ini juga bisa dilihat pada tingkat signifikasinya:

1) Jika tingkat signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

2) Jika tingkat signifikas  $> 0,05$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

8) Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali, nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinan adalah diantara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variable X (Persepsi) dalam menjelaskan variabel terikat Y (keputusan pembelian). Kriteria pengujian  $R^2 = 0$ , artinya variabel bebas sama sekali

---

<sup>51</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian I*, (Bandung: CV Alfabeta, 2000), 250.

tidak menerangkan variasi variabel terikat. Jika  $R^2$  semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas mampu menerangkan variasi variabel terikat.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariatic, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 83.