

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif yakni penelitian yang hasil penelitiannya disajikan berupa angka-angka dan analisa menggunakan statistik. Kemudian, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei. Dalam penelitian survei, informasi yang dikumpul dari responden dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono, penelitian survei adalah pengumpulan data yang menggunakan instrumen kuesioner atau wawancara untuk mendapatkan tanggapan dari responden.<sup>1</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian siswi menggunakan produk shampoo merek shampoo Pantene. Maka, rancangan penelitian ini untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional antara variabel bebas X yaitu tingkat kelompok referensi terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian.

#### **B. Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel yang

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2015), 13.

diuji dalam penelitian ini ada 2 variabel. Sesuai dengan paradigma yang ada terdapat satu variabel independen/bebas dan satu variabel dependen/terikat.

#### 1. Variabel bebas (X) (*Independent Variabel*)

Variabel bebas ialah variabel diduga memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.<sup>2</sup> Adapun variable bebas dalam penelitian ini yaitu: Kelompok referensi, dapat diartikan tiap orang ataupun kelompok yang dianggap sebagai landasan perbandingan ataupun rujukan untuk seseorang guna membentuk nilai dan sikap umum ataupun khusus, ataupun pedoman khusus untuk perilaku.<sup>3</sup> Berikut indikator digunakan untuk penelitian:

**Tabel 3.1**  
*Variable Indicator X*

| <i>Variable</i>        | <i>Variable Indicator</i>                      | <i>Variable Description</i>  |
|------------------------|--|--|
| Kelompok Referensi (X) | Pengetahuan kelompok referensi mengenai produk | Teman memberikan informasi mendetail tentang produk dan manfaat tentang produk |
|                        | Kredibilitas dari kelompok referensi           | Informasi dari teman yang bisa dipercaya                                       |
|                        | Pengalaman dari kelompok referensi             | Pengalaman dan informasi dari teman  |
|                        | Keaktifan dari kelompok referensi              | Teman memberi pendapat pada teman lainnya tentang produk-produk                |
|                        | Daya tarik dari kelompok referensi             | Mengikuti atau meniru teman dalam menggunakan produk                           |

Sumber: Indikator kelompok referensi menurut Engel, dkk. dalam skripsi

Juhan Bayu Pratama (2020)

<sup>2</sup>Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1998), 62.

<sup>3</sup>Schiffman, *Perilaku Konsumen*. Edisi 7 ( Jakarta : PTIndeks, 2008 ), 292.

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

*Dependent Variable* di sebut juga variable terikat ialah variable yang berpengaruh atau yang jadi penyebab dikarenakan ada variable bebas(tidak terikat).<sup>4</sup> Adapun *dependent variable* didalam penelitian ini ialah keputusan pembelian (Y).

Tahapan didalam proses pengambilan keputusan di mana konsumen benar-benar melaksanakan pembelian disebut keputusan pembelian. Pengambilan keputusan bisa juga mempunyai arti seperti kegiatan individual yang secara langsung terlibat didalam memperoleh serta menggunakan produk yang ditawarkan.<sup>5</sup> Berikut adalah indikator penelitian keputusan pembelian:

**Tabel 3.2**  
***Variable Research Indicator Y***

| <i>Variable</i>               | <i>Indicator</i>              | <i>Description</i>                                   |
|-------------------------------|-------------------------------|--|
| Keputusan<br>Pembelian<br>(Y) | <i>Need introduction</i>      | Pemahaman kebutuhan akan produk-produk               |
|                               | <i>Information search</i>     | Mencari tahu tentang produk dari oranglain           |
|                               | <i>Alternative Evaluation</i> | Membanding-bandingkan produk dengan produk pesaing   |
|                               | <i>Buying Decision</i>        | Memutuskan untuk membeli                             |
|                               | <i>Post Purchase behavior</i> | Perilaku konsumen puas atau tidak puas dengan produk |

Sumber: Menurut Kotler dan Keller dalam skripsi Lisna Ingtifa'ul Khasanah(2019).

<sup>4</sup>Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3* (Jakarta: Salemba 4, 2013), 178.

<sup>5</sup>Kotler dan Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi 9* (Jakarta: Indeks Gramedia, 2003), 227

### C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen shampoo Pantene sebanyak 96 responden yang merupakan siswi SMKN 2 Kediri di Jl. Veteran No.05 Kota Kediri, Jawa Timur.

### D. 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.<sup>6</sup> Populasi bisa dikatakan dengan keseluruhan objek penelitian. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk shampoo Pantene yang juga merupakan siswi SMKN 2 Kediri yakni sejumlah 63 siswi.

Sampel adalah bagian sebagian atau keseluruhan populasi yang dapat merepresentasikan populasi secara menyeluruh.<sup>7</sup> Menurut Arikunto, apabila populasinya kurang dari 100 orang lebih baik diambil semuanya sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika jumlah populasinya lebih dari 100 orang maka diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.<sup>8</sup> Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel total yakni jumlah seluruh siswi konsumen shampoo Pantene yang berjumlah 63 siswi.

### E. Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data

---

<sup>6</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 148.

<sup>7</sup> *Ibid.*, 63.

<sup>8</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 120.

yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari objeknya.<sup>9</sup> Data primer dalam penelitian ini berupa data mengenai gambaran umum responden, penelitian umum responden mengenai kelompok referensi dan Keputusan pembelian pada shampoo merek Pantene. Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui hasil pengelolaan pihak kedua dari hasil penelitian lapangan. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga-lembaga penelitian swasta atau pemerintahan. Data dapat diperoleh dari masing-masing lembaga tersebut, baik itu berupa laporan-laporan, buku-buku, profil, atau literatur yang lainnya.<sup>10</sup> Peneliti mendapatkan data sekunder dari bagian tata usaha SMKN 2 Kediri kemudian mengolahnya.

#### **F. 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.<sup>11</sup> Alat bantu untuk instrumen penelitian adalah sebagai berikut:

##### **1. Pedoman Observasi**

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

##### **2. Pedoman Angket**

Angket merupakan suatu lembaran yang berupa pertanyaan yang dijawab oleh responden, dengan memberikan tanda silang pada jawaban yang

---

<sup>9</sup> Supramono dan Sugianto, *Statistika*, (Yogyakarta: Adi offset, 1993), 58.

<sup>10</sup> Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 114

<sup>11</sup> Ridwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 52.

dipilih. Alat ini untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini akan menggunakan daftar pertanyaan (angket) yang berhubungan dengan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian.

### 3. 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 siswi yang diperoleh dari kantor tata usaha SMKN 2 Kediri.

## G. Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan semuanya kepada orang lain.<sup>12</sup> Analisis data dilakukan apabila data-data 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*) 21. Adapun langkah-langkah mengolah data setelah terkumpul adalah:<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 103.

<sup>13</sup> Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 2006), 81.

### 1. *Editing*

Tahap awal analisis data adalah melakukan edit terhadap data yang telah dikumpulkan dari hasil survey lapangan. Pada prinsipnya proses editing data bertujuan agar data yang akan di analisis akurat dan lengkap.

### 2. *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 yang ada pada daftar pernyataan kedalam kategori variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini coding dan categorizing adalah sebagai berikut:

- a. Untuk variabel pertama, yaitu Kelompok referensi (X)
- b. Untuk variabel kedua, yaitu Keputusan pembelian (Y)

### 3. *Scoring*

*Scoring* merupakan memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberikan 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 atau pilihan.

Penentuan skor untuk pernyataan positif sebagai berikut:

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

Sedangkan penentuan skor untuk pernyataan negatif sebagai berikut:

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

#### **4. Tabulasi Data**

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 yang kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang masuk dalam peristiwa.

#### **5. 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 21.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 21. Nilai koefisien reliabilitas yang baik di atas 0,6. Ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:<sup>14</sup>

- 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. Analisa Deskriptif

Data yang diperoleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat kelompok referensi dan tingkat keputusan pembelian terhadap produk shampoo Pantene, siswi SMKN 2 Kediri kelas XI.

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji *Multikolinieritas*

Uji *Multikolinieritas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolonieritas, yaitu ada hubungan linier antar variabel independen dalam modal regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya *multikolinieritas*. Dengan

---

<sup>14</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai *tolerance*. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai *tolerance* :

- a) Tidak terjadi multikolonieritas,  $>0,10$  jika nilai *tolerance* lebih besar  $0,10$ .
  - b) Terjadi multikolonieritas,  $<0,10$  jika nilai *tolerance* lebih kecil atau sama dengan  $0,10$ .
  - c) Dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factors*).
  - d) Tidak terjadi multikolonieritas,  $<10,00$  jika nilai VIF lebih kecil  $10,00$ .
  - e) Terjadi multikolonieritas,  $>10,00$ , jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan  $10,00$ .<sup>15</sup>
- 2) Uji *Autokorelasi*

Uji *Autokorelasi* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *autokorelasi*, yaitu korelasi yang terjadi antara *residual* ada atau pengamatan dengan pengamatan pada model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin Watson (Uji DW) dengan kriteria pengujian yang ditampilkan table sebagai berikut:<sup>16</sup>

**Tabel. 3.3**  
**Kriteria Pengujian Durbin Watson**

| No. | Durbin Watson     | Simpulan               |
|-----|-------------------|------------------------|
| 1   | $<1,10$           | Ada autokorelasi       |
| 2   | $1,10$ s.d $1,54$ | Tanpa simpulan         |
| 3   | $1,55$ s.d $2,46$ | Tidak ada autokorelasi |
| 4   | $2,46$ s.d $2,90$ | Tanpa simpulan         |
| 5   | $>2,91$           | Ada autokorelasi       |

- 3) Uji *Heteroskedastisitas*

<sup>15</sup> Dwi Prayitno, Mandiri Belajar SPSS, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 66.

<sup>16</sup> Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, 101

Uji *Heteroskedastisitas* digunakan untuk mengetahui ada suatu tidaknya penyimpangan asumsi klasik *Heteroskedastisitas*. Yaitu terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan yang lain.<sup>17</sup> 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 disekitar 0
- b) Titik-titik data yang mengumpul hanya diatas atau dibawah 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. Dengan menggunakan metode Kolmogrov Smimov. Uji Normalitas dapat dilihat pada grafik *Norma Probability Plot* dengan bantuan SPSS 21. Model regresi yang baik seharusnya distribusi residunya normal atau mendekati normal.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

<sup>18</sup> Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 197.

## f. Uji Korelasi

Korelasi menggunakan teknik *Person Product Moment* untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara Variabel bebas (X) dengan Variabel terikat (Y) yang dinyatakan dengan koefise korelasi (r). Dasar pengambilan keputusan dari uji korelasi adalah jika nilai *pearson correlation* > *r*<sub>tabel</sub> maka dinyatakan berkolerasi, sebaliknya jika nilai *pearson correlation* < *r*<sub>tabel</sub> maka tidak ada korelasi atau hubungan.<sup>19</sup>

Langkah-Langkah untuk menentukan nilai korelasi (r) di antaranya:

a : Membuat tabel penolong

b : Menghitung nilai r

**Tabel 3.4**  
**Interpretasi nilai r *Product Moment***

| Besarnya "r"<br>Product Moment | Interpretasi  |
|--------------------------------|---|
| 0,00-0,20                      | Antara variabel XI dan Y memang terdapat korelasi, tapi sangat lemah sehingga korelasi ini di abaikan |
| 0,20-0,40                      | Antara variabel XI dan Y memang terdapat korelasi yang lemah atau rendah                              |
| 0,40-0,70                      | Antara variabel XI dan Y memang terdapat korelasi yang sedang atau cukupan                            |
| 0,70-0,90                      | Antara variabel XI dan Y memang terdapat korelasi yang kuat   |
| 0,90-1,00                      | Antara variabel XI dan Y memang terdapat korelasi yang sangat kuat                                    |

## g. Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berikut rumus regresi yang digunakan:

---

<sup>19</sup> Ibid197.

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (Keputusan pembelian)

a : Konstanta

X : Variabel bebas (Kelompok referensi)

b : Koefisien regresi<sup>20</sup>

#### h. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat:

Jika sig (a) > 0,05 maka Ha di tolak jadi H0 diterima,

Jika sig (a) > 0,05 maka Ha di tolak jadi H0 ditolak.<sup>21</sup>

#### i. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.<sup>22</sup> Dalam penelitian ini perhitungan korelasi detereminasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (Kelompok referensi) dalam menjelaskan variabel terikat Y (Keputusan pembelian). Kriteria pengujian R<sup>2</sup>=0, artinya variabel bebas sama sekalitidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika R<sup>2</sup> semakin mend ekati 1, yang berarti 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.

---

<sup>20</sup> Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 195.

<sup>21</sup> Ibid. 201.

<sup>22</sup> Dwi Prianto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.