

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang mana metode ini dipakai untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu untuk menguji sebuah teori dengan meneliti hubungan antara beberapa variabel. Variabel – variabel yang ada akan diukur kemudian disajikan dalam bentuk angka kemudian di analisis menggunakan statistik.³⁰ Penelitian ini berjenis penelitian korelasional yang mana penelitian yang mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana atau pengaruh variabel bebas (kelompok referensi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi pengambilan tempat penelitian ini di UMKM Batik CV. Wecono Asri yang beralamat di Dandangan Kota Kediri.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional yaitu jenis variabel yang akan diteliti bersifat operasional dan melibatkan pengukuran dari variabel – variabel tersebut³¹. Adanya definisi operasional untuk mengetahui ukuran dalam suatu variabel yang dipakai sehingga peneliti akan mengetahui hasil dari pengukuran tersebut. Pada penelitian ini ada dua variabel yang akan diuji yaitu kelompok referensi sebagai variabel bebas (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y).

³⁰ Megasari, dkk., “*Metode Penelitian Kuantitatif Dasar – Dasar Memulai Penelitian*”, (Medan : Yayasan Kita Menulis, 2021), 7.

³¹ Jonathan Suwarno, “*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*”, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2006), 27 – 28.

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang menentukan arah atau perubahan tertentu pada variabel terikat, variabel bebas berada pada posisi yang lepas dari pengaruh variabel terikat.³² Variabel bebas yang ditetapkan pada penelitian ini adalah kelompok referensi.

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel Kelompok Referensi (X)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator
Kelompok Referensi (X)	Kelompok Refrensi yaitu seseorang ataupun sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku orang lain terhadap pendapat, sikap ataupun perilaku, sebagai bahan referensi untuk seorang individu dalam pengambilan keputusan	Informasi	Merekomendasikan informasi yang bermanfaat bagi konsumen
		Normatif	Produk atau jasa yang dibeli sebagai simbol norma sosial
		Ekspresi Nilai	Mendeskrripsikan makna diri

Sumber : Sylvia Kartika, Rosyid Sidig. "Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250 CC". Jurnal Digest Marketing Vol.3 No. 1. 2018.³³

³² Ma'ruf Abdullah, "Metodologi Penelitian Kuantitatif", (Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2015), 192.

³³ Sylvia Kartika, Rosyid Sidig, "Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250 CC", Jurnal Digest Marketing Vol.3 No. 1, 2018, 32.

Berdasarkan pada tabel 3.1 Ujang Sumarwan berpendapat bahwa indikator kelompok referensi ada 3 yang ada pada tabel diatas. Maka dalam penelitian ini menggunakan ke-tiga indikator tersebut.

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel Terikat merupakan Variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.³⁴ Variabel terikat yang ditetapkan pada penelitian ini adalah keputusan pembelian. Kotler dan Armstrong berpendapat ada 5 tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan yang terakhir perilaku pasca pembelian.³⁵

Tabel 3. 2
Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	keputusan pembelian merupakan salah satu tahap yang terjadi setelah konsumen melihat kemudian membandingkan antara dua pilihan atau lebih dan kemudian memilih salah satu dari produk tersebut yang akan benar – benar dibelinya.	Pengenalan Kebutuhan	Kesadaran akan kebutuhan pada suatu produk
		Pencarian Informasi	Pencarian informasi tentang suatu produk
		Evaluasi Alternatif	Membandingkan produk satu dengan yang lainnya
		Keputusan Pembelian	Melakukan pembelian suatu produk

³⁴ Ma'ruf Abdullah, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", (Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2015), 192.

³⁵ Indah Wahyu Utami, "*Perilaku Konsumen*", (Surakarta : CV. Pustaka Bengawan, 2017), 83 - 85.

		Perilaku Pasca Pembelian	Perilaku kepuasan atau tidak kepuasan terhadap suatu produk
--	--	-----------------------------	--

Sumber: Philip Kotler

Pada tabel 3.2 Diketahui indikator keputusan pembelian menurut Philip Kotler ada 5 indikator yang ada pada tabel diatas. Maka dalam penelitian ini menggunakan ke-lima indikator tersebut

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi baik berupa obyek ataupun subyek yang mempunyai karakter tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti selanjutnya dipelajari dan ditarik kesimpulan.³⁶ Populasi yang ditetapkan oleh peneliti pada penelitian ini ialah konsumen produk batik di UMKM CV. Wecono Asri dandangan kota Kediri dengan jumlah yang tidak dapat dihitung secara pasti.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang terpilih dan sampel yang baik yaitu sampel yang bisa dipakai untuk mendeskripsikan kerarakteristik populasinya.³⁷ Metode sampel yang dipakai yaitu *Probability Sampling* ialah metode pengambilan sampel dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sampel yang diambil dengan

³⁶ Sugiono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D", (Bandung : Alfabeta, 2013), 80.

³⁷ Ma'ruf Abdullah, "Metodologi Penelitian Kuantitatif", (Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2015), 227.

metode *Random Sampling* yaitu penentuan anggota sampel dilakukan secara random atau secara acak, dalam artian siapapun responden yang bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, yang mana responden tersebut adalah konsumen produk batik UMKM CV. Wecono Asri.

Karena jumlah populasi tidak dapat dihitung secara pasti, maka pada penelitian ini memakai rumus Wibisono³⁸ yaitu :

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

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

σ = Standart deviasi populasi

e = kesalahan yang dapat ditoleransi

jika nilai dari populasi tidak diketahui secara pasti, maka nilai Standart deviasi populasi atau $\sigma = 0,25$. Tingkat kepercayaan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 95% dan nilai kesalahan (e) sebesar 5% atau 0,05 sehingga diperoleh

$Z_{\alpha/2} = 1,96$. Maka dapat dihitung :

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

$$n = \left(\frac{1,96 \times 0,25}{0,05} \right)^2 = 9,8^2 = 96,04$$

dari perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 96 orang.

³⁸ Siti Lam'ah Nasution, 'Pengaruh Citra Perusahaan, Pelayanan, Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Master Cash & Credit Kota Pinang', *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6.1 (2019), 60–69.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai dengan cara melakukan observasi ke tempat penelitian selain itu menyebarkan kuesioner kepada responden yang mana daftar pertanyaan tersebut akan di isi oleh responden dengan mengikuti tatacara pengisian yang sudah ditetapkan oleh peneliti, dan juga melakukan studi pustaka yang berupa buku – buku, catatan dan sebagainya guna mendapat informasi yang akurat dengan penelitian.³⁹

F. Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian ialah suatu alat bantu yang mana dipakai peneliti untuk mendapatkan data kemudian diolah serta ditarik kesimpulan.⁴⁰ Dalam penelitian ini peneliti memakai instrumen penelitian berupa kuesioner (angket) yang dipakai untuk mengumpulkan data mengenai kelompok referensi dan keputusan pembelian konsumen produk batik di UMKM CV. Wecono Asri Dandangan Kota Kediri.

G. Analisis Data

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif yangmana data – data berbentuk angka kemudian dianalisis dengan melakukan perhitungan. Langkah – langkah analisis data :

1. Pemeriksaan (*Editing*)

Pada tahap ini peneliti akan mengecek kembali data – data yang dibutuhkan dan memeriksa kembali instrumen yang telah terisi.

³⁹ Muhammad Darwin and dkk, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*, (Bandung : Media Sains Indonesia,2021), 158.

⁴⁰ Agung, Zarah, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, (Yogyakarta : Pandiva Buku,2016), 88.

2. Pemberian kode (*Coding*)

Setelah data diperiksa selanjutnya peneliti melakukan *coding* sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dengan memberi tanda angka atau simbol atas semua jawaban yang ada dalam instrumen.⁴¹ Pada penelitian ini kode yang ditetapkan yaitu:

- a. Kode X untuk variabel bebas, yaitu kelompok referensi
- b. Kode Y untuk variabel terikat, yaitu keputusan pembelian

3. Pemberian Nilai (*Scoring*)

Tahap selanjutnya yaitu memberi nilai atau skor pada item atau pertanyaan yang sudah diajukan.pada tahap *scoring* peneliti menggunakan skala likert :

Tabel 3. 3
Skala Likert⁴²

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

⁴¹ Hardani Dkk, "*Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*", (Yogyakarta:CV. Pustaka Ilmu., 2020), 379.

⁴² Chinntya Puspa, I Gde Adnyana, "Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Komitmen Organisasi Dengan Efek Mediasi *Psychological Empowerment* Pada PT. PLN (Persero) Distribusi Bali", *E – Jurnal Management Unud*, Vol. 5 No. 8 2016, 5153 - 5154.

4. Tabulasi Data (*Tabulating*)

Pada tahap ini yaitu memasukan data pada tabel tertentu, di kelompokkan, diatur angka – angkanya dan menghitungnya.⁴³ Tujuan tabulasi yaitu agar data penelitian dapat di deskripsikan secara lebih jelas dan dan mudah dipahami serta mempermudah peneliti untuk melakukan perhitungan dan memasukkannya kedalam rumus.

5. Proses (*Processing*)

Proses pengolahan dan perhitungan serta dianalisis dengan statistik dengan bantuan program aplikasi SPSS.⁴⁴ Teknik analisis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner. Penentuan valid tidaknya pada kuesioner atau suatu instrumen penelitian dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Sebuah instrumen penelitian dikatakan sah atau valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Demikian sebaliknya.⁴⁵

⁴³ Ma'ruf Abdullah, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", (Yogyakarta : Aswaja Pressindo, 2015), 276.

⁴⁴ Erwan P. Agus, "*Metode Penelitian Kuantitatif*", (Yogyakarta : Pandiva Buku, 2016), 102.

⁴⁵ Ristya E Widi, 'Uji Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi', *Journal Stomatognatic (J.K.G. Unej)*, 8.1 (2012), 27–34.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai untuk menguji indeks yang sejauh mana sebuah instrumen dapat dipercaya dan diandalkan. Untuk menguji reliabilitas digunakan dengan teknik *Alpha Croanbach*, dimana:

$$r = \left[\frac{k}{(k - 1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

r = Koefisien reliabilitas alpha croanbach

k = Jumlah pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir/item pertanyaan

σt^2 = Jumlah varian total

Berikut ukuran kemantapan *alpha* dalam uji reliabilitas :

- a) Nilai *alpha* 0,00 – 0,2 yang berarti kurang reliabel
- b) Nilai *alpha* 0,21 – 0,4 yang berarti agak reliabel
- c) Nilai *alpha* 0,41 – 0,6 yang berarti cukup reliabel
- d) Nilai *alpha* 0,61 – 0,8 yang berarti reliabel
- e) Nilai *alpha* 0,81 – 1,00 yang berarti sangat reliabel.⁴⁶

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai untuk mengukur apakah variabel yang ditetapkan dengan model regresi keduanya memiliki distribusi normal

⁴⁶Febrianawati Yusup, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif", *Jurnal Tarbiyah* Vol. 1. 2018, 21 – 22.

atau tidak, kemudian pengukurannya dilakukan dengan memakai program SPSS yaitu pada uji nilai *Kolmogorov Smirnov*. Apabila nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka data terdistribusi normal.⁴⁷

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipakai untuk mengidentifikasi apakah di dalam model regresi terdapat perbedaan varian residual yang diamati dengan pengamatan lainnya. Jika varian residu berbeda, maka akan terjadi homokedastisitas. Hal ini dapat diukur dengan :

- a) Dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas jika *scatterplot* membentuk pola tertentu dan teratur.
- b) Dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika tidak terbentuk pola yang jelas dan titik – titik di bawah dan atas 0 pada sumbu y.⁴⁸

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan pada korelasi yang terjadi diantara varian residual dalam satu pengamatan model regresi.

c. Analisis Korelasi (r)

Analisis korelasi memakai metode *Pearson Product Moment* untuk mengetahui seberapa kuat korelasi atau hubungan antara variabel X

⁴⁷ Imam Gunawan, “*Pengantar Statistika Inferensial*”, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2016), 93.

⁴⁸ Fajri Ismail, “*Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial*”, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 220.

(kelompok referensi) sebagai variabel bebas dengan variabel Y (keputusan pembelian) sebagai variabel terikat, dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai $r = 0,00$ sd $0,199$ berarti korelasi sangat rendah
- 2) Apabila nilai $r = 0,20$ sd $0,399$ berarti korelasi rendah
- 3) Apabila nilai $r = 0,40$ sd $0,599$ berarti korelasi sedang
- 4) Apabila nilai $r = 0,60$ sd $0,799$ berarti korelasi kuat
- 5) Apabila nilai $r = 0,80$ sd $1,000$ berarti korelasi sangat kuat

d. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana, ialah suatu teknik statistik yangmana berguna untuk memberitahu bagaimana tingkat pengaruh antar variabel yaitu variabel independen (kelompok referensi) dengan variabel dependen (keputusan pembelian).

Model persamaan regresi linier sebagai berikut : ⁴⁹

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X = Kelompok Referensi

b = Koefisien arah regresi

⁴⁹ Nelwati Tnius, 'Pengaruh Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk', *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 1.4 (2018), 66–79.

e. Uji t

Uji t atau uji parsial dipakai untuk mengetahui model regresi linier dari dimensi pengaruh kelompok referensi (X) terhadap keputusan pembelian (Y), dengan menggunakan pengujian dengan tingkat signifikan 5%, jika $t_{hitung} sig < 0,05$, variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Jika $t_{hitung} sig > 0,05$, variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

a) Jika $Sig > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima

b) Jika $Sig < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak⁵⁰

f. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dipakai untuk mengukur tingkat ketetapan atau kecocokan dari regresi linier berganda. Nilai R^2 berkisar 0 sampai 1. Semakin besar nilai R^2 maka semakin berpengaruhnya variabel – variabel independen terhadap variabel dependen.

⁵⁰ Nuryadi, Dkk, “*Dasar – Dasar Statistik Penelitian*”, (Yogyakarta : Sibuku Media, 2017), 95.