

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Berdasarkan tema “Pengaruh Kepribadian Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mukenah Bordir (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Putri Al-Fathimiyyah Tambakberas Jombang)”, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu suatu proses menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.<sup>1</sup> Jenis penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif karena penelitian bertujuan untuk membuktikan hipotesis, menggunakan instrumen penelitian. Penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang pengukuran datanya melalui perhitungan ilmiah, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **B. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

---

<sup>1</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 37.

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>2</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah santri Pondok Pesantren Putri Al-Fathimiyyah yang memilih atau membeli mukenah bordir yaitu sebanyak 171 santriwati.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>3</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>4</sup>

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan:

$n$  = jumlah elemen/anggota sampel

$N$  = jumlah elemen/anggota populasi

$e$  = error level (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya di gunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1).<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 80.

<sup>3</sup> Ibid., 81.

<sup>4</sup> Ibid., 82.

<sup>5</sup> Juliansyah Noor, *Metode Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, Karya Ilmiah, Edisi 1, Cet. 2* (Jakarta : Kencana, 2012), 158.

Populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 171 santri dan presisi yang di tetapkan 0,1, maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{171}{1 + (171 \times 0,1^2)} = 63,09$$

Jadi, dapat dilihat rumus *slovin* yang digunakan  $n = 63,09$  dibulatkan menjadi 63 sampel.

### C. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Data primer dari penelitian ini adalah penyebaran angket kepada responden di Pondok Pesantren Putri Al-Fathimiyyah Tambakberas Jombang. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah data hasil

penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pertanyaan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting.<sup>6</sup> Untuk mendapatkan data primer ini peneliti menyebar angket (kuesioner) kepada santri Pondok Pesantren Putri Al-Fathimiyyah yang mana angket tersebut membahas mengenai pengaruh kepribadian konsumen terhadap keputusan pembelian mukenah bordir.

#### **D. Variabel Penelitian**

Variabel adalah suatu sifat yang memiliki bermacam-macam nilai, atau sering kali diartikan sebagai simbol yang padanya kita dapat meletakkan bilangan atau nilai. Variabel-variabel yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (*independent variabel*) atau variabel X adalah variabel yang dipandang sebagai penyebab munculnya variabel terikat yang diduga sebagai akibatnya. Adapun variabel X dalam penelitian ini adalah kepribadian konsumen.
2. Variabel terikat (*dependent variabel*) atau variabel Y adalah variabel (akibat) yang dipradugakan, yang bervariasi mengikuti perubahan dari variabel-variabel bebas. Umumnya merupakan kondisi yang ingin kita

---

<sup>6</sup> Limas Dodi, *METODE PENELITIAN Science Methods, Metode Tradisional Dan Natural Setting Berikut Tehnik Penulisannya* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 143.

ungkap dan jelaskan. Adapun variabel Y dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

#### **E. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah penentuan pengukuran variabel sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kepribadian (X) adalah ciri bawaan psikologi manusia (*human psychological traits*) yang terbedakan yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya.<sup>7</sup> Kepribadian diukur dengan berdasarkan indikator-indikator, yaitu: kemampuan beradaptasi, bersosialisasi, dan kepercayaan diri.
2. Keputusan pembelian (Y) adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya.<sup>8</sup> Keputusan pembelian diukur dengan berdasarkan indikator-indikator, yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

---

<sup>7</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005), 213.

<sup>8</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian Edisi 1* (Yogyakarta: Andi, 2013), 120.

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

<b>Variabel</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>Deskripsi Indikator Variabel</b>
Kepribadian (X)	Kemampuan beradaptasi	Penalaran, ingatan kerja, dan ketrampilan.
	Bersosialisasi	Mengembangkan pengetahuan untuk memilih suatu produk.
	Kepercayaan diri	Merasa kuat terhadap keputusan yang telah dipilih, merasa diterima oleh kelompoknya, dan memiliki ketenangan sikap.

Sumber: Indikator kepribadian menurut Skripsi Diky Ryan Saputro (2016).

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

<b>Variabel</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>Deskripsi Indikator Variabel</b>
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Kebutuhan	Kesadaran kebutuhan akan produk
	Pencarian Informasi	Pencarian informasi produk dengan orang lain
	Evaluasi Alternatif	Membandingkan produk dengan produk <i>competitor</i>
	Keputusan Pembelian	Melakukan pembelian terhadap produk
	Perilaku Pasca Pembelian	Perilaku kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk

Sumber: Indikator keputusan pembelian menurut skripsi Ariana Wahyuni (2016).

#### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian yaitu alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi

sistematis dan dipermudah olehnya.<sup>9</sup> Instrumen penelitian sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis menggunakan instrumen sebagai berikut:

Terdapat dua jenis instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

#### 1. Angket (kuesioner)

Metode angket (kuesioner) adalah suatu daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respons (responden) sesuai dengan permintaan pengguna untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden.<sup>10</sup> Cara pengoperasian metode ini dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada santri Pondok Pesantren Putri Al-Fathimiyyah untuk menjawab sejumlah pertanyaan dalam angket yang akan peneliti ajukan. Dalam penelitian nantinya, angket yang akan digunakan adalah angket kepribadian dan keputusan pembelian.

#### 2. Pedoman dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan-catatan, buku-buku, surat kabar, majalah, internet, dan lain-lain yang berkaitan dengan seluk beluk suatu objek.<sup>11</sup> Dalam hal ini pedoman dokumentasi digunakan untuk mengetahui jumlah santri, file-file data komputer dan data-data lainnya.

Dari metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang:

---

<sup>9</sup> Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2016), 51.

<sup>10</sup> *Ibid.*, 52.

<sup>11</sup> *Ibid.*, 58.

- a. Segala hal yang terkait dengan produk Mukenah Bordir.
- b. Sejarah berdirinya Pondok Pesantren Putri Al-Fathimiyyah Tambakberas Jombang.
- c. Visi dan Misi Pondok Pesantren Putri Al-Fathimiyyah Tambakberas Jombang.
- d. Struktur organisasi santri Pondok Pesantren Putri Al-Fathimiyyah Tambakberas Jombang.
- e. Data santri Pondok Pesantren Putri Al-Fathimiyyah Tambakberas Jombang.

## **G. Analisis Data**

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan kepada orang lain.<sup>12</sup> Analisis data dapat dilakukan apabila data-data yang terkumpul dan selanjutnya data tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan yang objektif dan logis.

Di dalam analisis data, nantinya peneliti akan menggunakan bantuan program SPSS versi 21 untuk memperoleh hasil analisis dari data yang telah disampaikan. Adapun langkah-langkah mengolah data setelah data terkumpul adalah:<sup>13</sup>

1. *Editing* (membersihkan diri)

---

<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.

Pada proses ini data yang telah masuk perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam pengisiannya, barangkali ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai, dan sebagainya.

## 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 ke dalam kategori variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini *coding* dan *categorizing* adalah sebagai berikut:

- a. Untuk variabel pertama, yaitu Kepribadian Konsumen (X).
- b. Untuk variabel kedua, yaitu Keputusan Pembelian (Y).

## 3. *Scoring*

Pemberian skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Tiap skor pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan). Dalam penilaian ini pemberian skor sebagai berikut:

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

## 4. Tabulasi data (penyusunan tabel)

Tabulasi adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara diteliti dan diatur sedemikian rupa. Kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang masuk dalam peristiwa.

#### 5. *Processing* (Proses)

*Processing* adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.<sup>14</sup> Pada tahap ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 21 dengan menggunakan analisis statistik sebagai berikut:

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut. Mengukur uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk. Dilakukan dengan uji signifikansi dengan membandingkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pertanyaan dikatakan valid.<sup>15</sup>

##### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian

---

<sup>14</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 171.

<sup>15</sup> Imam Ghazali, *Statistik Nonparametrik* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2013), 52.

reabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*.<sup>16</sup> Kriteria uji reliabilitas adalah jika nilai alpha > 0,6 maka dikatakan reliabel. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 21.

Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:<sup>17</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. Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Normalitas

Digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan beberapa cara. Cara yang pertama adalah membuat grafik distribusi normal dengan bantuan program SPSS. Cara yang kedua adalah melakukan pengujian secara statistik dengan menggunakan uji *One Sampel Kolmogorov Smirnov Test*. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila memenuhi kriteria yang ditetapkan yakni apabila nilai sig >

<sup>16</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), 135

<sup>17</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Belajar SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

0,05 maka data berdistribusi normal dan apabila  $\text{sig} < 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.<sup>18</sup>

## 2) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual apad satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson*, dimana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai *Durbin-Watson*. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji *Durbin-Watson* (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat auto korelasi.
- b) Jika  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak autokorelasi.
- c) Jika  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai  $dU$  dan  $dL$  dapat diperoleh tabel statistik *Durbin-Watson* yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

---

<sup>18</sup> Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 66.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan yang lain.<sup>19</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 di sekitar 0.
- b) Titik-titik data mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- c) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d) Penyebaran titik-titik data tidak terpola.

#### d. 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>20</sup> Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r : Koefisien korelasi antara x dan y (*Product Moment*)

<sup>19</sup> Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

<sup>20</sup> Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 197.

- n : Jumlah sampel  
 x : Skor dari tiap-tiap item  
 y : jumlah dari skor item

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut maka kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Pedoman Intepretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

e. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas X (kepribadian konsumen) dalam menjelaskan variabel terikat Y (keputusan pembelian). Kriteria pengujian  $R^2 = 0$ , artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika  $R^2$  semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.

f. Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui besarnya variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Model persamaan analisis regresi dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel terikat (keputusan pembelian)

a = nilai konstanta

X = variabel bebas (kepribadian)

b = koefisien regresi

g. Uji Hipotesis (Uji-t)

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

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \geq t_{tabel}$  jadi  $H_0$  diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < t_{tabel}$  jadi  $H_0$  ditolak