

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikri KM 3,5, Pahlawan, Kemuning, Palembang. Penelitian ini mengambil responden dari mahasiswa tahun angkatan 2016 berjumlah 4173 yang menggunakan kartu Smartfren.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Suharsimi Arikunto menjelaskan metode penelitian kuantitatif sesuai dengan namanya, banyak diuntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan isinya.¹ Sedangkan menurut Sugiyono Metode penelitian kuantitatif adalah sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Filsafat positivisme memandang realitas atau gejala atau fenomena itu dapat

¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta, Rineka Cipta). Hal 27

diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala sebab akibat.²

2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari responden melalui kuesioner, data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Kemudian data sekunder diperoleh dari artikel dan buku-buku yang dipakai sebagai teori.³

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh mahasiswa dan mahasiwi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang tahun angkatan 2016, berjumlah 4173 orang.⁵

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal 8

³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015), hal. 89

⁴ *Ibid*, hal. 80

⁵ Dokumentasi data Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Tahun 2016, di dapat pada tanggal 26 oktober 2018.

terbatasnya dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili dan harus valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur.⁶

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan menggunakan *sampling insidental*. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus Slovin dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + (N \times e^2)} \\
 &= \frac{4173}{1 + (4173 \times (0,1)^2)} \\
 &= \frac{4173}{1 + (41,73)} \\
 &= \frac{4173}{42,73} \\
 &= 98
 \end{aligned}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

⁶ *ibid*, hal. 81

Jadi, sampel penelitian untuk populasi mahasiswa dan mahasiswi berjumlah 4173 orang dengan taraf kesalahan 10% adalah 98 orang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkapkan atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden yang sesuai lingkup penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik kuesioner atau angket (*questionnaire*) yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab.⁷

Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala Likert untuk digunakan dalam kuesioner. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolok ukur untuk menyusun butir-butir pertanyaan jawaban setiap butir pertanyaan yang menggunakan skala Likert dapat berupa kata-kata seperti dan skoring seperti:

Sangat Setuju (SS)	=	5
Setuju (S)	=	4
Netral (N)	=	3
Tidak Setuju (TS)	=	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	=	1

⁷ *ibid*, hal. 93-94

E. Variabel Penelitian

Berdasarkan pokok masalah dan hipotesis, maka variabel yang akan diteliti dan dianalisis dalam penelitian ini menjadi dua macam yaitu variabel dependen dengan simbol (Y) dan variabel independen dengan simbol (X). Adapun jenis-jenis variabel dependen dan independen dalam penelitian ini ialah :

1. Variabel Independen

Variabel independen menurut Kuncoro adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat, dan mempunyai hubungan yang positif maupun negatif bagi variabel terikat nantinya.⁸ Dalam penelitian ini variabel independennya adalah budaya, sosial, pribadi dan psikologi.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen menurut Kuncoro adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Pengamatan atau penelitian akan dapat memprediksi ataupun menerangkan variabel dalam variabel terikat beserta perubahannya yang terjadi kemudian.⁹ Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan pembelian.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana. Untuk lebih

⁸ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. (Jakarta: Erlangga), hal 42.

⁹ *Ibid*, hal 42.

jelasnya, definisi operasional dari variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	keputusan pembelian merupakan proses pemecahan masalah dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. ¹⁰	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Waktu Pembelian 4. Jumlah Pembelian	Likert
Budaya (X ₁)	Budaya merupakan sekelompok nilai-nilai sosial yang diterima masyarakat secara menyeluruh dan tersebar kepada anggota-anggotanya melalui bahasa dan simbol-simbol. ¹¹	1. Pergeseran Budaya 2. Wilayah Geografis 3. Kebiasaan Mendengar	Likert
Sosial (X ₂)	Sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi diantara mereka sendiri baik secara formal dan non formal. ¹²	1. Mengikuti Teman 2. Pengaruh Keluarga 3. Mengikuti Lingkungan	Likert

¹⁰ Kotler, Amstrong. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, jilid 1. 2001. Hal 226.

¹¹ Anoraga Pandji, *Pengantar Bisnis, Pengelolaan Bisnis, Dalam Era Globalisasi*. Rieneka Cipta. Jakarta 2007. Hal 227.

¹² Charles Lamb, W.et.al. *Pemasaran*, edisi pertama, salemba empat: jakarta 2001. Hal 210.

Pribadi (X ₃)	Pribadi merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. ¹³	1. Usia 2. Keadaan Ekonomi Atau Daya Beli 3. Gaya Hidup	Likert
Psikologi (X ₄)	Psikologis meliputi pengalaman belajar individu tentang kejadian di masa lalu, serta pengaruh sikap dan keyakinan individu. ¹⁴	1. Motivasi Kebutuhan 2. Pengetahuan Tentang Produk 3. Keyakinan Merek	Likert

G. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.¹⁵

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data

a. Uji Validitas

Setelah kuesioner dibuat, kemudian kuesioner diuji coba pada beberapa responden. Data yang diperoleh kemudian dilakukan uji validitas dengan melihat korelasi antar item pertanyaan. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan

¹³ *Ibid*, Hal 221.

¹⁴ *Ibid*, Hal 221.

¹⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015), hal. 121

ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan sig 10%. Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka valid.¹⁶

b. Uji Reliabilitas

Setelah kuesioner dibuat, kemudian kuesioner diuji coba pada beberapa responden. Data yang diperoleh kemudian dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.¹⁷

Untuk mengukur realibilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* (α) dengan kriteria yaitu suatu variabel dikatakan realiabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $>0,60$.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Data yang berdistribusi normal artinya data yang mempunyai sebaran yang normal, dengan profil yang dapat dikatakan bisa mewakili populasi. Sedangkan uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik, jika data tidak berdistribusi normal dapat dipakai statistik non parametrik. Uji Normalitas adalah melakukan

¹⁶ *Ibid*, hal. 108

¹⁷ *Ibid*, hal. 110

perbandingan antara data yang kita miliki dengan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita.¹⁸ Penelitian ini menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov. Untuk menetapkan kenormalan, kriteria yang berlaku sebagai berikut¹⁹:

- 1) Jika signifikansi yang diperoleh $> \alpha$, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. ($\alpha = 0,10$).
- 2) Jika signifikansi yang diperoleh $< \alpha$, maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal. ($\alpha = 0,10$).

b. Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi mempunyai hubungan linear atau tidak dengan variabel keputusan pembelian. Jika nilai signifikan *deviation from linearity* $> 0,10$ maka terdapat hubungan yang linear dan jika nilai signifikan *deviation from linearity* $< 0,10$ maka tidak terdapat hubungan linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu, untuk uji

¹⁸ *Ibid*, hal. 120

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal 174

ini juga menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.²⁰

d. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatteplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.²¹

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap keputusan pembelian. Selain itu analisis regresi juga digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut²²:

²⁰ *Ibid*, hal. 158-159

²¹ *Ibid*, hal. 159-160

²² *Ibid*, hal. 160

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + a$$

Dimana :

Y = keputusan pembelian

X1 = Budaya

X2 = Sosial

X3 = Pribadi

X4 = Psikologi

b1 = koefisien Budaya

b2 = koefisien sosial

b3 = koefisien Pribadi

b4 = Kpefisien Psikologi

a = konstanta

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menentukan apakah 2 kelompok skor memiliki perbedaan yang signifikan ditingkat probabilitas pilihan. Strategi dasar uji t yaitu membandingkan perbedaan nyata antara mean kelompok (X1-X2-X3) menentukan apakah ada perbedaan yang diharapkan berdasarkan peluang.²³ Dalam penelitian ini uji t menunjukkan seberapa besar pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk secara individual dalam menerangkan keputusan pembelian.²⁴

²³ Willy Abdillah, *Partial Least Squarre (PLS)*, (Yogyakarta: Andi, 2015), hal 93

²⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivarlate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hal 97

b. Uji R^2

Koefesien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefesien determinasi (R^2) antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²⁵

²⁵ Priyatno, duwi SPSS. hlm 48-56