

BAB III

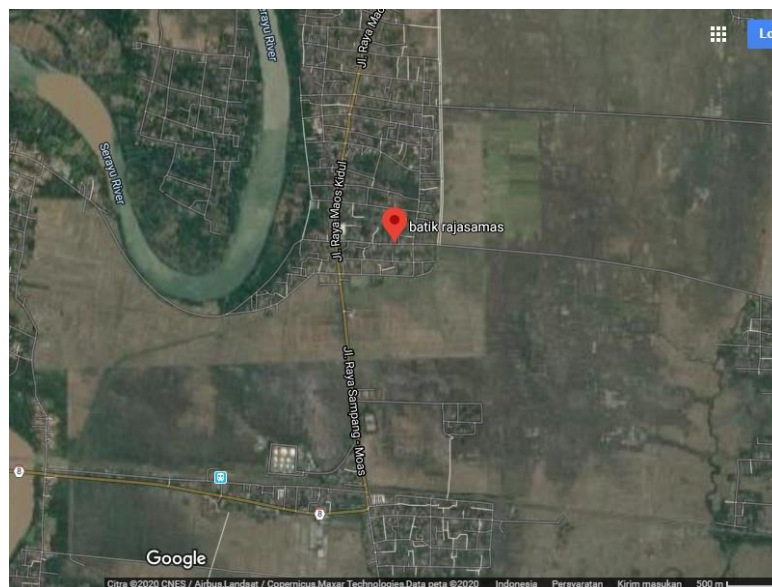
METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey, yaitu penelitian dengan menganalisa angka-angka yang diperoleh dalam populasi dari hasil survey dalam bentuk penyebaran kuesitwor kepada sampel penelitian. Lokasi, waktu dan jadwal pengambilaln data sebagai berikut;



Gambar 3.1 Peta lokasi penelitian, CV. Rajasamas Jaya, Cilacap
(Sumber: Google Maps, -7.607724, 109.1477515.)

Lokasi penelitian di UMKM CV. Rajasamas Jaya yang beralamat Jalan Penatusan Timur No.261 RT09 RW01 desa Maos Kidul, Kecamatan Maos, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53272.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini direncanakan selama 6 bulan, dimulai dari bulan Januari 2020. Karena waktu pengambilan data pada saat pandemi Covid-19 yang melanda dunia, tak terkecuali Indtwsia termasuk dalam negara yang dilanda virus tersebut, mengakibatkan semua sektor dibidang ekonomi, sosial maupun teknologi berdampak, sehingga terjadi keterlambatan dan kendala dalam pengambilan kuesitwor yang dilakukan peneliti untuk melakukan penyebaran kuesitwor, pengambilan data serta tatap muka dengan responden. Berikut ini adalah rencana *Time Table* (target waktu) penyelesaian penelitian:

Table 3. 1 Time Table (target waktu) Penyelesaian Penelitian

No.	Kegiatan	bulan					
		1	2	3	4	5	6
1	Pengajuan Online dan rekomendasi pembimbing	■					
2	Konsultasi awal dan menyusun rencana kegiatan		■				
3	proses survei 2 Bulan		■	■			
4	Seminar proposal skripsi			■			
5	Revisi proposal skripsi dan persetujuan revisi			■	■		
6	Pengumpulan dan pengolahan data				■		
7	Proses bimbingan menyelesaikan skripsi					■	
8	Ujian, revisi, dan pengesahan skripsi						■
9	Ujian pendaran						■

Sumber: Pedoman penulisan skripsi fakultas ekonomi, UNUGHA Tahun 2019. Halaman 17.

2. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey, yaitu penelitian dengan menganalisa angka-angka yang diperoleh dari hasil survey dalam bentuk penyebaran kuesitwor kepada sampel penelitian.

b. Sumber data

- 1) Data Primer konsumen yang berada dilokasi penelitian saat pembelian berlangsung dengan mengacu pada jumlah pembelian tahun 2019.
- 2) Data Sekunder pendukung penelitian agar mendapatkan referensi dan acuan yang lebih bisa digunakan untuk mencapai

tujuan penelitain berupa buku, internet, jurnal dan data perusahaan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk pengumpulan data. Teknik dalam menunjuk suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat dilihat penggunaannya melalui: angket, wawancara, pengamatan, dokumentasi, dan lain-lain. Peneliti menggunakan salah satu atau gabungan teknik tergantung dari masalah yang dihadapi atau yang diteliti.

a. Angket (kuesitwor)

Kuesitwor merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesitwor merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden, Iskandar (2008). Prinsip penulisan angket sebagai berikut;

- (1) Isi dan tujuan pertanyaan, yang dimaksud disini adalah isi pertanyaan tersebut merupakan bentuk pengukuran atau bukan. Kalau berbentuk pengukuran, maka dalam membuat pertanyaan harus teliti, setiap pertanyaan harus ada skala pengukuran dan

jumlah itemnya mencukupi untuk mengukur variabel yang diteliti.

- (2) Bahasa yang digunakan, dalam penulisan angket harus disesuaikan dengan kemampuan berbahasa responden.
- (3) Tipe dan bentuk pertanyaan dalam angket dapat berupa terbuka atau tertutup, (dalam wawancara bisa terstruktur dan tidak terstruktur), dan bentuknya dapat menggunakan kalimat positif dan negatif.
- (4) Pertanyaan tidak mendua atau bercabang
- (5) Tidak menanyakan yang sudah lupa
- (6) Pertanyaan tidak menggiring, artinya usahakan pertanyaan tidak menggiring pada jawaban yang baik saja atau yang jelek saja.
- (7) Panjang pertanyaan dalam angket sebaiknya tidak terlalu panjang, sehingga akan membuat jenuh responden dalam mengisi.
- (8) Urutan pertanyaan dalam angket, dimulai dari yang umum menuju ke hal yang spesifik, atau dari yang mudah menuju hal yang sulit.

b. Dokumentasi

Selain melalui wawancara dan observasi, informasi juga bisa diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cenderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk

menggali informasi yang terjadi di masa silam. Peneliti perlu memiliki kepekaan teoretik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekadar barang yang tidak bermakna. Faisal (1990)

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan keputusan pembelian produk batik di C.V Rajasa Mas Jaya yang selama kurun waktu 1 tahun pada tahun 2019, berjumlah 549 konsumen.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut, sehingga peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n: besar sampel

N: besar populasi

d²: presisi yang ditetapkan

$$n = \frac{N}{Nd^2+1}$$

$$n = \frac{549}{(549)(0,1)^2+1} = 84,59$$

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel pada penelitian ini berjumlah 84 sampel.

B. Definisi Konseptual Dan Operasional Variabel

1. Definisi Konseptual

a. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah suatu proses dan pembelian hanyalah satu tahap. Ada banyak pengaruh yang mendasari, belajar dari motivasi internal hingga pengaruh sosial dari berbagai jenis.

b. Faktor-faktor

Faktor psikologis, yakni faktor internal konsumen yang meliputi persepsi, motivasi, pembelajaran sikap dan kepribadian. Faktor situasional, yakni faktor mencakup keadaan sarana dan prasarana. Faktor sosial yakni faktor eksternal seperti peraturan, undang-undang dan lingkungan sekitar.

c. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian menurut Peter and Olson (2000), "Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran".

2. Operasional Variabel

Variabel operasional sebagai,

No	Variabel	Indikator	Item pertanyaan
1	Faktor Psikologis (Sangadji dan Sopiah dalam buku Perilaku Konsumen, hal. 24-25. Tahun 2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. persepsi, 2. motivasi, 3. pembelajaran, 4. sikap 5. kepribadian. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perhatian selektif, produk dengan keinginan konsumen. 2. Dorongan untuk membeli produk. (Konsumtif pribadi, souvenir barang) 3. <i>Feedback</i> atau testimoni kepuasan dalam penggunaan produk. 4. Kesesuaian produk batik dengan keinginan konsumen. 5. Adanya pembelian berulang oleh konsumen.
2	Faktor Situasional (Sangadji dan Sopiah dalam buku Perilaku Konsumen, hal. 24-25. Tahun 2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas 2. Pelayanan. 3. Penggunaan produk, kondisi, dan saat pembelian 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sarana dan Prasarana di toko (ruang fitting, 2. Jam dan hari dibuka toko sesuai. 3. Melihat motif secara keseluruhan, jenis pemilihan kain, dan kesesuaian warna dengan keinginan konsumen.
3	Faktor Sosial (Sangadji dan Sopiah dalam buku Perilaku Konsumen, hal. 24-25. Tahun 2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. peraturan, undang - undang, 2. keluarga, 3. kelompok referensi, 4. kelas sosial, dan 5. budaya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Legalitas perusahaan. 2. Sesuai dengan keinginan dan penggunaan anggota keluarga 3. Mendapatkan informasi produk dari komunitas, paguyuban, dan grup. 4. Menentukan produk sesuai dengan jabatan, kelas atau strata. 5. Melestarikan dan membeli produk untuk menjaga kebudayaan

4	Keputusan Pembelian (Menurut Kotler & Armstrong Tahun 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan. 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku setelah pembelian 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan produk dan keputusan membeli jenis produk. 2. Memahami produk yang akan dibeli. 3. Memilih produk diantara alternatif yang ada. 4. Melakukan pembelian produk. 5. Kepuasan dan timbal-balik kosnumen setelah membeli produk.
---	---	---	---

3. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dan teknik dalam merumuskan pengumpulan data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. Teknik analisis data kuantitatif pada penelitian ini adalah proses mencari dan mencari secara sistematis data dengan cara membagikan koesitwor kepada responden, wawancara, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, memilih mana yang penting dan dapat dipelajari dan menarik kesimpulan yang dapat dipahami. Sugiono (2009)

Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan teknik analisis koefisien korelasi yang dibuktikan dengan per hitungan statistik dibantu dengan SPSS, koefisien korelasi ini adalah suatu alat statistik yang dapat digunakan untuk membandingkan suatu hasil pengukuran dua variabel

yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan antara variabel-variabel ini. Koefisien korelasi bertujuan untuk menentukan ada tidaknya hubungan dari variabel dan untuk mengetahui berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidak dari hubungan tersebut. Per hitungan korelasi ini menggunakan statistik yang digunakan untuk menghitung antara dua variabel tersebut yang kemudian dijelaskan lebih jelas. Arikunto (2014)

1. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dalam hal ini dibutuhkan perbedaan antara hasil penelitian yang valid dan reliabel dengan instrumen yang tidak. Menurut Sugiono (2017) valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang reliable adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data maka diharapkan hasil penelitian menjadi valid dan reliabel, sehingga syarat instrumen yang demikian adalah syarat mutlak untuk mendapatkan hasil yang valid dan reliabel. Hal ini tidak berarti bahwa dengan menggunakan instrumen yang telah teruji valid dan reliable, otomatis hasil (data) penelitian demikian, karna masih bisa dipengaruhi oleh kondisi objek yang diteliti, dan kemampuan peneliti menggunakan instrumen tersebut.

a. Uji Validitas

Priadana dan Muis (2010) validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Oleh karena itu, jika kata sinonim dari reliabilitas yang paling tepat adalah konsistensi, maka esensi dari validitas adalah akurasi. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan perkataan lain instrumen tersebut dapat mengukur *construct* sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil. Ghazali (2011). Formula statistik yang digunakan untuk mengukur stabilitas adalah uji statistik *Cronbach Alpha* (α) Apabila *Cronbach Alpha* dari hasil pengujian $> 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa konstruk atau variabel ini adalah reliabel. Ghazali (2011). Berikut acuan tabel reliabilitas:

Table 3. 2 Batas reliabilitas

Interval Koefisien Tingkat Hubungan		
0,0	-0,20	Sangat rendah
0,2	-0,40	Rendah
0,4	-0,6	Sedang
0,6	-0,8	Tinggi
0,8	-1,00	Sangat tinggi

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji normalitas

Priyastama (2017) uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Metode uji normalitas dengan perhitungan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

2. Uji Multikolinearitas

Priyastama (2017) uji multikolinearitas adalah ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati). Selain itu dapat dilihat nilai *tolerance* faktor.

3. Uji Heteroskedastisitas

Priyastama (2017) uji heteroskedastisitas adalah keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dan residual pada satu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tak terjadi heterokedasititas. Uji heteroskedastisitas dengan metode uji *glejser*.

4. Regresi Linear Berganda

Priyastama (2017) regresi linear berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Adapun teknik analisis data yang dipergunakan oleh penulis adalah regresi linear berganda dengan model analisis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Dimana:

Y = Variabel tergantung

a = Intercept (konstanta)

b = Koefisien regresi untuk X

X = Variabel bebas

X_n = Variabel bebas ke n

e = Nilai residu

Aplikasi model tersebut selanjutnya dikonsisikan dengan penelitian kali ini sehingga dapat diperoleh dengan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Dimana:

Y= Variabel tergantung

a= konstanta

b= koefisien regresi

X1= variabel faktor psikologis

X2= variabel faktor situasional

X3= variabel faktor Sosial

e= nilai residu

5. Uji T

Menurut Priyastama (2017) uji t akan mengidentifikasi pengaruh satu persatu variabel independen kepada variabel dependen. Tujuan uji t yaitu melihat signifikansi, Kriteria pengujian dengan tingkat signifikan 0,05 ditentukan sebagai berikut:

- a. Apabila $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, maka hipotesis diterima
- b. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka hipotesis ditolak

6. Uji F

Priyastama (2017) uji F bermaksud dalam melihat pengaruh semua variabel independen terhadap dependen. Adapun ketentuan pengujian uji F yaitu, jika nilai signifikan > 0.05 berarti hipotesa diterima atau semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan kepada variabel dependen. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama maka diperlukan probabilitas lebih besar 0,05 dengan rumus:

$$F = \frac{R^2/k}{1-R^2/(n-k-1)}$$

Keterangan:

F = Nilai F hitung

R² = Nilai koefisien determinasi

K = Jumlah variable

N = Jumlah pengamatan (sampel)