

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian ini, penelitian ini digolongkan kepada penelitian kausal komparatif menggunakan pendekatan kuantitatif. “Penelitian kausal komparatif adalah penelitian terhadap sesuatu yang telah terjadi untuk menyelidiki akibatnya, meneliti pengaruh variabel bebas yang sudah berlalu terhadap variabel tergantung”.<sup>1</sup>

Berdasarkan tujuan dari penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan seberapa besar Pengaruh Komunikasi *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken Ala Kaki Lima Studi Kasus Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.

#### **B. Waktu Dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama bulan Januari-Juni 2018 di Komplek Kampus UIN Imam Bonjol Padang.

#### **C. Populasi Dan Sampel**

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

Menurut Sugiyono “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

---

<sup>1</sup> Syahron Lubis, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Padang:Sukabina Press,2011), h.18

kesimpulannya”<sup>2</sup>, Sedangkan menurut Suharsimi “populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”.<sup>3</sup>

Dari pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa, populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek yang berkualitas dan berkarakteristik pada wilayah tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah Jumlah Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang yang suka Fried Chicken Ala kaki lima. Populasi mahasiswa sebanyak 11.855 orang yang terdiri dari enam fakultas (Syari’ah, Tarbiyah dan Keguruan, Ekonomi dan Bisnis Islam, Adab dan Humaniora, Ushuluddin, Dakwah dan Komunikasi).

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *random sampling* yaitu sampel yang diambil secara acak, sehingga setiap analisis atau saluran elemen dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

Besarnya sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah 99 responden, di peroleh berdasarkan rumus slovin adalah sebagai

berikut<sup>4</sup>:

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

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), h.114

<sup>3</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, ( Jakarta: PT Rineka Cipta,2016), h.130

<sup>4</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h.100

$$n = \frac{11.855}{1 + 11.855 \cdot 0,1^2}$$

$n = 99,16 =$  dibulatkan menjadi 99 Orang

Keterangan:

$n$  = Ukuran Sampel

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  = Persen Kelonggaran Ketidakteelitian (10%)

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 99,16 responden atau dapat dibulatkan menjadi 99 responden. Sudah diketahui 99 sampel diambil dari 11.855 populasi dari enam fakultas yang ada di kampus UIN IB Padang. Karena jumlah mahasiswa setiap fakultas berbeda-beda maka penarikan sampel *random sampling* yang di gunakan adalah proposional yaitu sebanding dengan jumlah populasi. Untuk melihat bagaimana persepsi responden terhadap item-item pertanyaan yang diajukan, digunakan rumus

berikut:<sup>5</sup>  $P = \frac{f_1}{n} \times 100\%$

UIN IMAM BONJOL  
PADANG

P : Persentase hasil yang diperoleh

F : Frekuensi hasil yang diperoleh

N : Jumlah responden

100% : Angka tetap untuk persentase

<sup>5</sup>Salim Agus, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Tiarawacana,2006), h.

## D. Jenis Dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden subjek penelitian berupa angket atau kuisioner yang telah ditetapkan sebelumnya untuk mengukur variabel Komunikasi *Word of Mouth* sedangkan data sekundernya berupa jumlah Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang.

### 2. Sumber Data

Sumber data primer diperoleh dari hasil penyebaran angket atau kuisioner yang disebar kepada mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang. Kemudian, data sekunder diperoleh dari Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan melalui penyebaran angket kepada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang. Angket tersebut berupa pernyataan-pernyataan tentang Pengaruh Komunikasi *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken Ala Kaki Lima Studi Kasus Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang

## F. Definisi Operasional

Instrumen yang digunakan untuk mengevaluasi Pengaruh Komunikasi *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken Ala Kaki Lima

Studi Kasus Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang berdasarkan penelitian terdahulu.

### 1. Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Indikator yang terkait tentang variabel keputusan pembelian ditentukan berdasarkan kajian teori yang telah dijelaskan sebelumnya. Oleh karena itu, indikator variabel keputusan pembelian tersebut dapat diuraikan sebagai berikut: ketertarikan, kebutuhan, harga dan kualitas, mudah dijangkau, membeli dan membeli ulang.

### 2. Definisi Operasional Variabel *Word of Mouth* (X)

Berdasarkan kajian teori yang dijelaskan sebelumnya, maka dapat ditentukan indikator yang terkait pada variabel *word of mouth*. Indikator-indikator yang terkait tentang variabel *word of mouth* dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Membicarakan fried chicken ala kaki lima
- b. Mempromosikan fried chicken ala kaki lima

# UIN IMAM BONJOL PADANG

## G. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan alat pengumpul data berupa angket yang disebarakan kepada seluruh responden. Menurut Husein “Teknik angket (Kuesioner) merupakan teknik pengumpulan data dengan memnberikan atau

<sup>6</sup> Raniawati Rahman Dan Totok Wahyu “ Komunikasi *Word Of Mouth* Dan Keputusan Pembelian Batik Bangkalan” Jurnal ASPIKOM Vol 3 nomor 2, Januari 2017 h.285-295

menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas dasar pertanyaan tersebut”<sup>7</sup>. Setelah itu angket langsung diisi oleh responden pada tiap alternatif jawaban yang telah disediakan.

Dalam penelitian ini digunakan alat pengumpul data berupa angket yang disebarakan kepada seluruh responden. Skala penilaian yang dipakai untuk mengukur jawaban dari setiap instrumen menggunakan *skala likert* dengan skor seperti di bawah ini:

**Tabel 3.1**  
**Pemberian Skor Skala Likert**

Pilihan Jawaban	Kode	Skor
Sangat Setuju/selalu/sangat positif	SS	5
Setuju/sering/positif	ST	4
Kurang Setuju	S	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	S	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	S	1

Berdasarkan jawaban dari definisi rasional, maka dapat ditampilkan kisi-kisi instrumen penelitian tersebut sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Indikator Instrumen Penelitian**

NO	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	jumlah
1.	Keputusan Pembelian (Y)	Ketertarikan		
		Kepercayaan		
		Harga dan kualitas		
		Mudah dijangkau		
		Membeli		
2	Word of Mouth (X)	Membicarakan		
		Mempromosikan		
		Merekomendasikan		
Total				

<sup>7</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Press.2011) h.49

## H. Uji Persyaratan Analisis

Sebelum instrumen penelitian digunakan, perlu diadakan uji coba terlebih dahulu, dengan tujuan untuk memperbaiki dan menyempurnakan angket yang akan digunakan untuk pengambilan data yang sesungguhnya. Uji coba ini dilakukan untuk menguji tingkat kesahihannya (validitas) dan keandalannya (reliabilitas) sehingga angket tersebut memenuhi syarat untuk digunakan.

### 1. Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan Program SPSS versi 19.00. Kriteria yang digunakan dalam menentukan validitas berdasarkan *output* nilai SPSS yang ditinjau pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* dengan taraf signifikansi 10%. Butir pernyataan yang gugur atau tidak valid ditentukan apabila nilai *output* tersebut pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* (The item has a

### 2. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat keandalan instrumen setelah diuji coba. Untuk pengujian reliabilitas menggunakan metode Alpha pada program SPSS versi 19.00. Menurut Anas metode alpha merupakan metode untuk mengukur daya keajegan atau mencari reliabilitas.

Uji reliabilitas dilakukan setelah dilakukannya uji coba validitas. Dalam penelitian ini uji reliabilitas diperoleh dengan cara menganalisis data dari satu kali pengujian dengan menggunakan SPSS versi 19.00. Kemudian nilai *output* SPSS tersebut ditinjau pada tabel *Cronbach's Alpha*. Jika nilai

yang diperoleh pada tabel *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,7$  maka dapat dikatakan sudah reliabel.<sup>8</sup>

## I. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Deskripsi Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data deskriptif. Untuk mendeskripsikan data disajikan dalam bentuk nilai skor minimum dan maksimum, *mean*, *median*, *mode*, dan standar deviasi dengan menggunakan program SPSS versi 19.00, serta distribusi data dan histogram.

### 2. Pengujian Persyaratan Analisis

Uji persyaratan analisis dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel X dan Y dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment*. Keberhasilan hubungan ini dinyatakan sebagai koefisien korelasi (*r*). Agar kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari kebenaran yang seharusnya, maka sebelum itu dilakukan tes terhadap nilai korelasi (*r*) dengan melakukan uji normalitas dan uji linearitas.

#### a. Uji Normalitas Data

Analisis uji normalitas data dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah data sampel berasal dari populasi yang mendekati atau membentuk distribusi normal atau tidak. Perhitungan uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 19.00. Uji normalitas dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *Kolmogorov-Smirnov*

<sup>8</sup> Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, PT Raja Rafindo Persada:Jakarta Hal. 209

pada taraf Signifikan 5%. Sampel dikatakan berdistribusi normal apabila angka kepercayaan pada Tabel *Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup>* yang ditinjau pada baris *Asymp. Sig. (2-Tailed)* > Sig  $\alpha = 0,05$ .

#### b. Uji Linearitas Data

Pengujian linearitas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan (korelasi) variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) bersifat linear atau tidak. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. Untuk perhitungan uji linearitas data ini menggunakan program SPSS versi 19.00 dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf Signifikan 5%. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila taraf kepercayaan (*Linearity*) <  $\alpha = 0,05$ .

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mencari bukti terdapat keeratan hubungan (korelasi) antara kedua variabel, dalam penelitian ini yang akan diukur yaitu variabel (X) yaitu Kompetensi dengan variabel (Y) yaitu, Kinerja Pengawas Lapangan. Uji korelasi ini menggunakan program SPSS versi 19.00.

Setelah hasil dari  $r_{xy}$  didapat, maka hasil  $r_{xy}$  tersebut dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  (taraf signifikan  $\alpha = 0,05$ ), sehingga didapat hasil sebagai berikut:

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

- 1) Jika nilai *Pearson Correlation* ( $r_{xy}$ )  $\geq r_{tabel}$  atau nilai *sig (2-tailed)*  $\leq$  nilai alpha (0,1), maka butir tersebut dinyatakan ada hubungan yang signifikan atau  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Jika *Pearson Correlation* ( $r_{xy}$ )  $< r_{tabel}$  atau nilai *sig (2-tailed)*  $>$  nilai alpha (0,1), maka butir tersebut dinyatakan tidak ada hubungan yang signifikan atau  $H_0$  diterima.

Pedoman untuk menentukan atau memberikan nilai  $r_{xy}$  dapat dilihat pada tabel Interpretasi koefisien korelasi nilai r berikut:

**Tabel 3.3**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi nilai r<sup>9</sup>**

Interval Koefisien	Interpretasi
0,80 – 1,000	Sangat kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,5999	Cukup kuat
0,20 – 0,399	Cukup lemah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

**b. Uji Regresi Sederhana**

Uji regresi sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh dan dampaknya, hal ini menggunakan rumus koefisien korelasi dengan bantuan program SPSS versi 19.0 dan dengan action sebagai berikut:

# PADANG

Adapun langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat persamaan regresi sederhana:

$$\hat{Y} = a + b X \dots\dots\dots^{10}$$

<sup>9</sup> Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. (Bandung: Alfabeta. 2011)h.81

<sup>10</sup> *Ibid.*,97

Keterangan:

$\hat{Y}$  = Subjek variabel terikat yang diproyeksikan

X = Variabel bebas yang mempunyai nilai tuntut diproyeksikan

a = Nilai konstanta harga Y jika X = 0

b = Nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi)

2) Menguji signifikansi ditinjau pada baris *Sig.* Dalam SPSS versi 19.00.

### c. Uji Determinasi

Pengujian determinasi dilakukan menggunakan program SPSS versi 19.00 pada kolom R Square. Dengan maksud untuk menjelaskan seberapa besar prediksi pengaruh yang dihasilkan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat Koefisien determinasi ini menggunakan rumus:

$$KP = (r)^2 \times 100\% \dots\dots\dots$$

Keterangan :

KP = Nilai Koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

# UIN IMAM BONJOL PADANG

---

<sup>11</sup> Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2011) h.81