

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di toko Harits Muslim Store Kelurahan Anduring Kecamatan Kuranji Kota Padang, karena toko berlokasi ditempat yang strategis dan banyak mahasiswa Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang yang menjadi pelanggan obat herbal di toko ini. Sedangkan waktu penelitian yang dilakukan pada konsumen toko Harits Muslim Store yaitu dimulai dari bulan Mei 2018 sampai selesai.

#### **B. Metode Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, maka jenis penelitian ini tergolong pada jenis penelitian yang bersifat kuantitatif atau disebut juga dengan metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>1</sup> Penelitian kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka , atau data berupa kata-kata atau kalimat yang diubah menjadi data yang berbentuk angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008) h, 7

dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.<sup>2</sup>

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan oleh peneliti.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini data primer berupa hasil jawaban responden atas pertanyaan yang telah diajukan. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari bapak Supriadi pemilik toko Harits Muslim Store.

### b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari hasil penelitian pihak lain. data ini biasanya dikumpulkan dari pustaka (teks buku) atau dari laporan penelitian terdahulu.<sup>4</sup> Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari jurnal dan literatur dengan penelitian yang telah tersedia sebelumnya yang mempunyai relevansi dengan penelitian ini, sehingga dapat menjadi acuan bagi peneliti.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah

---

<sup>2</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, ( Jakarta: Pt Raja Grafindo PersadaM, 2014), h. 20

<sup>3</sup> Sofar Silaen dan Widiyono, *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: In Media,2013), h. 145

<sup>4</sup> Sofar Silaen dan Widiyono, *loc.cit.*

penelitian.<sup>5</sup> Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>6</sup> Populasi dari penelitian ini adalah pada seluruh konsumen yang sedang melakukan pembelian produk madu al-shifa di toko Harits Muslim Store.

## 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.<sup>7</sup> Karena ukuran populasi tidak teridentifikasi, maka untuk menentukan ukuran sampel digunakan teknik sampling kemudahan menurut wibisono digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{(z_{\alpha/2} \cdot \sigma)^2}{e}$$

$$n = \frac{((1.96) \cdot (0.25))^2}{0,05}$$

$$= 96,04$$

Dimana:

n = jumlah sampel

Z $\alpha$  = nilai tabel Z atau nilai yang didapat dari atas tingkat keyakinan

<sup>5</sup> Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), cet Ke-8, h. 55

<sup>6</sup> Sugiyono, *op.cit.*, h. 80

<sup>7</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Andi), h.186

- $\sigma$  = standar deviasi populasi  
 $e$  = kesalahan penarikan sampel

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan di atas dengan tingkat kepercayaan 95% dan error estimasi kurang dari 0,05 serta standar deviasinya adalah 0,25, dapat diketahui bahwa jumlah sampelnya adalah 96,04 responden atau dapat dibulatkan menjadi 96 responden.<sup>8</sup>

### 3. Teknik pengambilan sampel

Untuk mendapatkan jumlah sampel yang lebih representative, maka teknik sampling atau perhitungan beberapa jumlah sampel, maka akan menggunakan metode penarikan sampel *non probability sampling* tepatnya *accidental sampling* yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan (*accidental*) bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>9</sup>

#### D. Defenisi Operasional

Variabel adalah segala sesuatu yang dapat diberikan berbagai macam nilai. Adapun variabel penelitian yang akan diteliti adalah keputusan pembelian (Y) sebagai variabel *dependent* (terikat) dan perilaku konsumen yang terdiri dari faktor kebudayaan (X1), faktor Sosial (X2), faktor Pribadi (X3), faktor Psikologis (X4) sebagai variabel *independent* (bebas).

<sup>8</sup> Riduwan, *op.cit.*,h. 66

<sup>9</sup> Sugiyono, *op.,cit*,h.85

### 1. Keputusan pembelian (Y)

Pengambilan keputusan pembelian seorang konsumen adalah bagaimana pemahaman seseorang tentang suatu produk yang ingin di konsumsi serta untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut dengan memilih dan mencari salah satu produk yang dianggap lebih sesuai untuk memenuhi kebutuhan sehingga baru ditetapkan keputusan pembelian.

### 2. Faktor Kebudayaan (X1)

Faktor kebudayaan merupakan perilaku mendasar dari seorang konsumen yang mempengaruhi perilaku dan kebiasaan orang tersebut dalam masyarakat begitu juga dalam menetapkan keputusan pembelian barang atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

### 3. Faktor Sosial (X2)

Faktor sosial merupakan perilaku seorang konsumen untuk memutuskan pembelian produk atau jasa dipengaruhi oleh lingkungan sosial orang tersebut yang terdiri dari keluarga, kelompok acuan serta status dan peran orang tersebut dalam masyarakat.

### 4. Faktor Pribadi (X3)

Faktor pribadi merupakan karakteristik pribadi seseorang yaitu umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri yang mempengaruhi keputusan orang tersebut untuk mengkonsumsi dan membeli suatu produk.

## 5. Faktor Psikologis (X4)

Faktor psikologis merupakan dorongan yang muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan seorang konsumen, serta persepsi tentang bagaimana seorang konsumen dalam menyerap informasi tentang suatu produk yang ingin dikonsumsi kemudian memilih dan menyeleksi produk yang sesuai dengan kebutuhan, pengetahuan dan pengalaman konsumen tentang suatu produk serta kepercayaan dan sikap yang mendasari orang tersebut memilih dan membeli produk yang sesuai dengan keinginannya .

## E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat-alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaan mudah. Kemudian, hasilnya pun lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Semua alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan, memeriksa, atau mengolah serta menyajikan data-data.<sup>10</sup> Data yang dikumpulkan dalam penelitian digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah suatu kuesioner tersebut valid atau tidak untuk digunakan dalam penelitian. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang akan diukur . Untuk menentukan validitasnya berdasarkan

---

<sup>10</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *op.cit.*,h. 154

formula tertentu, diantaranya menggunakan koefisien korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson<sup>11</sup>, yaitu sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

R = koefisien korelasi suatu item dengan item total

$\sum X$  = Jumlah skor setiap item

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y$  = Jumlah skor seluruh item

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor seluruh item

$\sum XY$  = Jumlah hasil kali skor seluruh item

n = Jumlah responden

Menghitung nilai koefisien korelasi *product moment* untuk setiap butir atau item angket dari skor-skor yang sudah diperoleh dengan menggunakan tabel perhitungan korelasi. Sedangkan untuk menentukan nilai signifikansi korelasi pada derajat (df) = n-2 dengan  $\alpha = 5\%$  atau 0,05, yaitu  $30-2 = 28$  dengan nilai *corrected item correlation* (r) 0,3610<sup>12</sup>

Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

1) Jika nilai signifikansi < 0,05 serta r hitung > r tabel, maka butir atau variabel tersebut valid.

<sup>11</sup> Rahmat, *Statistika Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), Cet Ke-1, h.160

<sup>12</sup> Syofian Siregar, *Statistik deskriptif untuk penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2012),

- 2) Jika nilai signifikansi  $>0,05$  serta nilai  $r$  hitung  $< r$  tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner. reliabel yaitu dapat dipercaya dan dapat diandalkan, apabila datanya memang benar sesuai kenyataan, maka hasilnya akan tetap sama walaupun diukur pada waktu dan tempat yang berbeda.<sup>13</sup> Untuk mengukur koefisien reliability dengan rumus *Cronbach's Alpha*, sebagai berikut :

$$r_{tt} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma 1^2} \right)$$

Dimana :

$r_{tt}$  = koefisien reliabilitas

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya jumlah item

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varians skor item

$\sigma 1^2$  = varians skor total

Tingkat realibitas dengan *Cronbach's Alpha* diukur berdasarkan skala alpha (0) nol sampai 1 (satu). Adapun kriteria pengujian realibitas adalah jika  $r_{tt} \geq r_{tabel}$  berarti reliabel, sebaliknya jika  $r_{tt} \leq r_{tabel}$  berarti tidak reliabel.  $r_{tabel}$  mengacu tabel  $r$  untuk uji satu arah. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

---

<sup>13</sup> *ibid*, h. 162

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon (responden) sesuai dengan permintaan pengguna.<sup>14</sup> Teknik dengan kuesioner ini dibuat dengan menggunakan skala likert. Skala likert, yaitu yang merupakan suatu series butir (butir soal). Responden hanya memberikan persetujuan atau tidak setuju terhadap butir soal tersebut. Skala ini dimaksudkan untuk mengukur sikap, persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau variabel penelitian.<sup>15</sup>

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert dalam Pernyataan**

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber : Rosady Ruslan, Metode Penelitian publik relations dan komunikasi.*

### 2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi, yakni melalui kontak atau hubungan pribadi

<sup>14</sup> Riduwan, *op.cit.*,h. 99

<sup>15</sup> Riduwan, *op.cit.*h. 86

antara pengumpul data (pewawancara) dengan sumber data (responden). Komunikasi tersebut dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.<sup>16</sup> Teknik wawancara ini penulis lakukan untuk mendapatkan informasi sebagai proses pengambilan data awal dari penelitian yang dilakukan pada konsumen yang berbelanja di toko Harits Muslim Store Kelurahan Anduring Kecamatan Kuranji Kota Padang.

## **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan proses pengolahan, penyajian, interpretasi, dan analisis data yang diperoleh dari lapangan dengan tujuan agar data yang diperoleh disajikan mempunyai makna, sehingga pembaca mengetahui hasil penelitian yang dilakukan.<sup>17</sup>

### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas data merupakan syarat pokok dalam analisis data parametrik seperti korelasi, karena data-data yang akan dianalisis parametrik harus terdistribusi normal. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data terdistribusi normal atau tidak. Distribusi data yang normal menyatakan bahwa subjek penelitian tergolong representatif atau dapat mewakili populasi yang ada, sebaliknya apabila sebaran tidak normal maka dapat disimpulkan bahwa subjek tidak representatif atau tidak mewakili populasi yang ada. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode PP plot.<sup>18</sup> Selanjutnya dilakukan uji normalitas

---

<sup>16</sup> Rianto Adi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, (Jakarta: Granit, 2004), h. 72

<sup>17</sup> Nanang Martono, *op.cit.*, h. 159-160

<sup>18</sup> Duwi Priyatno, *Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi, 2014), h. 91

menggunakan uji *One Sampel Kolmogorov Smirnov*, yaitu data dinyatakan terdistribusi normal jika signifikansi besar dari 0,05.<sup>19</sup>

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Asumsi multikolinearitas menyatakan adanya bahwa variabel *independent* harus bebas dari segala multikolinearitas, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.<sup>20</sup> Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Varian Inflation Faktor* (VIF) dan *Tolerance*, dimana nilai VIF nya  $< 5$  dan *Tolerance* nya  $> 0,10$ , dengan membandingkan sebagai berikut:

- a.  $VIF < 5$   $Tolerance > 0,10$ , maka tidak terdapat multikolinearitas
- b.  $VIF > 5$   $Tolerance < 0,10$ , maka variabel tersebut mempunyai multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

## 3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas, jika suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas, dalam penelitian ini pengujian heterokedastisitas

<sup>19</sup> Duwi Priyatno, *op.*, cit. h. 74

<sup>20</sup> Wahyu Mariaji, "Pengaruh perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Compact Disk (CD) di Surabaya", *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Manajemen*, Vol. 3, No. 8 2014, 12.

menggunakan teknik korelasi *spearman's rho* yaitu melihat titik-titik pada grafik regresi.<sup>21</sup>

#### 4. Uji Kelayakan Model

##### a. Uji Parsial ( T-test)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y) serta melakukan penerimaan atau penolakan hipotesis berdasarkan hasil pengujian, digunakan uji t dengan rumus:

$$t_0 = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

keterangan:

$t_0$  = koefisien nilai test

$b_i$  = koefisien regresi

$s_{b_i}$  = standar kesalahan koefisien regresi

kriteria pengujian hipotesis:

- 1) Jika  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti variabel bebas tersebut signifikan mempengaruhi variabel tidak bebas.
- 2) Jika  $t_{hitung} <$  dari  $t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti variabel bebas tersebut tidak signifikan mempengaruhi variabel tidak bebas.<sup>22</sup>

<sup>21</sup> Duwi Priyatno, *op.,cit.* h. 108.

<sup>22</sup> Duwi Priyatno, *Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014) h.

### b. Uji Simultan (f- test)

Pengujian ini dilakukan bahwa supaya mengetahui bahwa semua variabel bebas secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Untuk pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan nilai uji f dengan f tabel, Menggunakan rumus:

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

Keterangan :

F hit = Nilai yang dihitung

K = Banyaknya variabel bebas dan terikat

n = besarnya sampel

R<sup>2</sup> = Koefisien determinasi

Kriteria pengujian hipotesis:

- 1)  $F_{\text{hit}} > F_{\text{tabel}}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti variabel bebas secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- 2)  $F_{\text{hit}} < F_{\text{tabel}}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, berarti variabel bebas secara bersamaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Riduwan, *op.cit*, h. 281