**BAB III**

**METODOLOGI PENELITIAN**

1. **Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Sugiyono (2018:89) penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri). Sedangkan penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan analisis angka-angka statistik (Sugiono, 2019:17). Metode penelitian ini merupakan metode yang terstruktur, tersusun dan sistematis dari awal hingga akhir penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data campuran, yaitu data primer dan sekunder. Data primer yaitu teknik pengumpulan melalui studi lapangan atau survei dengan menggunakan instrumen penelitian yaitu kuisioner, sedangkan data-data sekunder diperoleh dari studi literatur dengan cara pengumpulan teori-teori dan data-data dari website maupun dari penelitian-penelitian terdahulu. Kemudian proses analisisa data kuantitatif pada penelitian ini diolah dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 26.

1. **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2021 sampai Januari 2022. Penelitian ini dilaksanakan di tempat Percetakan Omah Oelem Kenteng Semanggi Pasar Kliwon Surakarta.

1. **Populasi dan Sampel**
2. Populasi merupakan subyek penelitian. Menurut Sugiyono (2018:130), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya yaitu seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Percetakan Omah Oelem dengan jumlah tak terhingga.
3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2018:131). Apa yang diteliti dari sampel tersebut akan menjadi acuan untuk menilai populasi. Pengambilan sampel untuk penelitian adalah 100 orang atau responden. Teknik dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *purposive sampling* adalah teknik pengumpulan sampel dengan pertimbangan dan kriteria tertentu (Winarno 2013) Kriteria sampel pada penelitian ini adalah:

1. **Sumber Data**

Sumber data pada peneliti ini bersumber dari :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden. Dalam penelitian ini responden bersumber langsung dari konsumen Percetakan Omah Oelem. Prosedurnya yaitu konsumen mengisi kuesioner yang telah dibagikan kemudian responden mengisi dan kemudian dikembalikan untuk dianalisa.

1. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah ada sebelumnya dari berbagai sumber. Dalam penelitian ini data sekunder bersumber dari jurnal-jurnal yang memuat mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, kelompok acuan, serta keputusan pembelian.

1. **Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data primer yang diperoleh dari pengamatan langsung ke objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mengamati secara langsung perilaku konsumen, dalam hal ini yaitu konsumen Percetakan Omah Oelem.

1. Kuisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data berupa angket pertanyaan atau pernyataan yang dibagikan kepada responden untuk kemudian dikumpulkan kembali untuk dianalisis. Pernyataan dalam kuesioner dibuat dengan memberikan skor dalam masing-masing jawaban responden dengan skala *Likert* berisi 5 tingkatan preferensi jawaban sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS) : skor 5

Setuju (S) : skor 4

Netral (N) : skor 3

Tidak Setuju (TS) : skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1

1. Dokumentasi Sekunder

Dokumentasi sekunder merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang relevan dari perusahaan maupun instansi. Data yang dimaksud dapat berupa tulisan-tulisan, profil perusahaan maupun foto mengenai perusahaan

1. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mencari sumber-sumber referensi yang relevan. Dalam penelitian ini peneliti mencari sumber referensi pada jurnal, karya tulis ilmiah, pendapat para ahli, kemudian literatur yang berkesinambungan dengan teori-teori yang diterapkan dalam penelitian. Studi pustaka ini dilakukan dengan memperoleh dasar dasar dan pendapat yang dilakukan dengan cara membaca buku buku ilmiah mengamati penelitian terdahulu yang relevan baik tercetak atau elektronik.

1. **Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang diteteapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2019:69) Dalam penelitian ini definisi operasional variabel sebagai berikut :

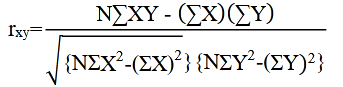
Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | Variabel | Definisi | Indikator | Butir Pertanyaan |
| 1 | Keputusan Pembelian (Y) | Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan maka yang terjadi adalah ketidakpuasan | 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang | 1. a. Pelanggan merasa puas dengan produk yang dihasilkan pada percetakan Omah Oelem 2. b. Pelanggan puas dengan layanan percetakan Omah Oelem 3. c. Pelanggan puas dengan hasil yang diharapkan konsumen |
| 2 | Kualitas Pelayanan (X1) | Ukuran sejauh mana pelayanan dapat memenuhi harapan konsumen | 1. Keandalan 2. Jaminan 3. Daya tanggap 4. Empati 5. Keberwujudan | 1. a. Pelayanan pada percetakan Omah Oelem dapat dihandalkan 2. b. Pelayanan pada Omah Oelem mudah di akses 3. c. Pelayanan pada Omah Oelem tidak lama menunggu dan bersedia mendengar keluh kesah konsumen 4. d. Pelayanan Omah Oelem memberikan kepercayaan pada konsumen dengan tekonologi yang diinginkan 5. e. Pelayanan Omah Oelem memberikan fasilitas dan kelengkapan dalam meningkatkan kualitas pelayanan |
| 3 | Kualitas Produk (X2) | Kemampuan sebuah produk untuk memberikan rasa kepuasan tersendiri bagi konsumen setelah melakukan pembelian | 1. Fitur 2. Keandalan 3. Kesesuaian 4. Estetika 5. Kualitas yang dipersepsikan | 1. a. Produk yang dihasilkan berkualitas / asli 2. b. Produk yang dihasilkan sesuai keinginan konsumen 3. c. Produk yang dipesan dapat selesai tepat waktu 4. d. Produk yang dihasilkan tahan lama 5. e. Produk yang dihasilkan sangat lengkap dan menarik |
| 4 | Kelompok Acuan (X3) | Pengaruh yang disebabkan oleh seorang atau kelompok untuk mempengaruhi perilaku sesuatu | 1. Pengetahuan kelompok acuan mengenai produk 2. Kredibilitas dari kelompok acuan 3. Pengalaman dari kelompok acuan 4. Keaktifan kelompok acun 5. Daya tarik kelompok acuan | 1. Membeli produk karena pengetahuan teman produk percetakan Oemah Ulem 2. Membelin produk karena teman yang dipercaya membeli produk di percetakan Oemah Ulem 3. Membeli produk karena pengalaman teman membeli produk di percetakan Oemah Ulem |

1. **Uji Instrumen**
2. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016:52), mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Teknik pengujian yang digunakan peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (*Produk Momen Pearson*) sebagai berikut:



Keterangan:   
rxy : Koefisien korelasi antara X dan Y

∑X : Jumlah skor item yang diperoleh uji coba

∑Y : Jumlah skor total item yang diperoleh responden

∑X : Jumlah hasil kali antara X dan Y

N : Jumlah responden

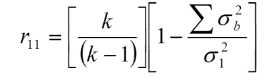
Keputusan pengujian validitas instrumen adalah:

1. Item pernyataan dikatakan valid apabila rhitung > rtabel
2. Item pernyataan dikatakan tidak valid apabila rhitung < rtabel

Uji validitas dalam penelitian ini diujikan dengan menggunakan teknik korelasi pearson dengan bantuan program SPSS versi 25. Untuk mengetahui validitas dari pernyataan dalam kuisioner, maka dilakukanlah percobaan terhadap 20 sampel dengan taraf signifikansi 0,05. Setelah semua semua item pernyataan valid, data baru dapat digunakan untuk analisis selanjutnya yaitu dengan 100 sampel.

1. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:46), uji reliabilitas merupakan tingkat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukan oleh instrumen pengukuran. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk menguji ketepatan instrumen pengukur dengan konsistensi diantara butir-butir pertanyaan dalam suatu instrumen. Reliabilitas berkaitan dengan ketepatan prosedur pengukuran dan konsisten. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Cronbach Alpha Coefficient yaitu :



Keterangan:

r11 : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

∑σ2 : Jumlah varian butir

σ2 : Varians total

Kriteria uji reliabilitas dengan rumus alpha yaitu:

1. Jika nilai alpha > 0,60 maka pernyataan reliabel
2. Jika nilai alpha < 0,60 maka pernyataan tidak reliabel
3. **Teknis Analisis**
4. Uji Asumsi Klasik
5. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016:160). Model regresi yang baik yaitu apabila distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan analisis data kolmogorov smirnov.

1. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:139), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memastikan tidak terjadi korelasi antara variabel bebas dengan gangguan (*residual*), karena bila terjadi korelasi antara variabel bebas dengan residualnya maka model menjadi tidak baik bila akan digunakan untuk peramalan (*estimasi*). Model regresi yang baik adalah yang memenuhi syarat homokesdasitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Menurut asumsi heteroskedastisitas tidak boleh terjadi korelasi yang cukup kuat antara variabel bebas dengan residualnya. Syarat : α > 0,05.

1. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:105), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran menunjukkan setiap variabel bebas dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai Toleransi yang rendah sama dengan nilai *Variance Inflation Factory* (VIF) yang tinggi menunjukkan adanya multilinearitas. Untuk multilinearitas pada data, kriteria yang berlaku adalah sebagai berikut, apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai tolerance > 0,10 maka tidak terjadi Multikolinearitas.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2016:95), Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Menurut Ghozali (2016:96), model regresi linier berganda ditunjukkan oleh persamaan berikut ini:



Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b1 : Koefisien regresi kualitas pelayanan

b2 : Koefisien regresi kualitas produk

b3 : Koefisien regresi kelompok acuan

X1 : Kualitas pelayanan

X2 : Kualitas produk

X3 : Kelompok acuan

e : error

1. Uji Hipotesis
2. Uji Koefesien Determinasi R2

Menurut Ghozali (2016:97) koefisien determinasi R2 berfungsiuntuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Karena variabel independen pada penelitian ini lebih dari 2, maka koefisien determinasi yang digunakan adalah *Adjusted* R *Square*. Jika nilai R2 = 1, maka adjusted R2 = R2 = 1, sedangkan jika nilai R2 = 0, maka adjusted R2 = (1 - k) / (n - k). Jika k > 1, maka *adjusted* R2 akan bernilai negatif.

1. Uji f

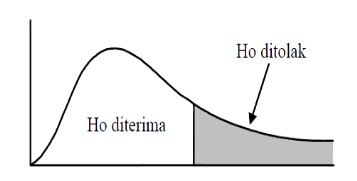
Ghozali, 2016:98, Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, kelompok acuan terhadap kepuasan pelanggan Percetakan Omah Oelem . Kriteria pengujian:

1. Perumusan hipotesis.

H0 diterima apabila Fhitung < Ftabel

H0 ditolak apabila Fhitung > Ftabel

**Gambar 3.1 Kurva Normal Hasil Uji F**



1. Menentukan level of significant α = 0,05 (5%)
2. Menentukan derajat kebebasan (df) = α (k - 1, n - k) dimana: n = jumlah sampel k = jumlah parameter
3. Hasil dan Kesimpulan
4. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel dependen dan independen, apakah variabel X1, X2 dan X3 (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kelompok Acuan) bener-bener berpengaruh terhadap variabel (Keputusan Pembelian) secara terpisah atau parsial (Ghozali,2016:98). Langkah-langkah yang digunakan adalah sebagai berikut:

tabel = α / 2 ; n – k

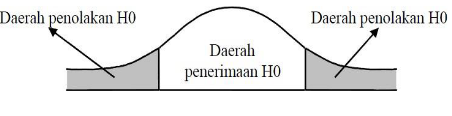
1. Menentukan H0 dan Ha

Jika H0 : β = 0, artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Jika H0 : β ≠ 0, artinya ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Gambar 3.2

Kurva Normal Hasil Uji t



1. Menentukan *level of significance* ; α = 0,05 (5%)
2. Kriteria pengujian

H0 diterima apabila ttabel ≤ thitung ≤ ttabel

H0 ditolak apabila thitung > ttabel atau thitung < – ttabel

1. Nilai thitung thitung= b-β

Keterangan:

b : Koefisien regresi

β : Slop garis regresi

Sb : *standart error*

1. Kesimpulan

Apabila t hitung > t tabel maka H0 ditolak, sehingga ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel X dengan variabel Y, ataupun sebaliknya.