

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisi data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2011,p.2).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data (Sugiyono, 2011 p:38). Penelitian ini akan menganalisis keputusan pembelian mebel modern.

3.2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, Menurut (Sanusi, 2011) mendefinisikan bahwa data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data-data dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, Data Primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden sehingga hasil dari jawaban responden tersebut dapat diolah

3.3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu kuisisioner. menurut Sugiyono (2017) kuisisioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pernyataan yang diajukan oleh peneliti kepada para responden, dan pada penelitian ini kuisisioner akan di sebarakan melalui google form yang nanti nya akan dibuat secara jelas dan tidak meragukan responden. Didalam penelitian ini menggunakan kuisisioner yang berisi pertanyaan yang menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mebel modern.

3.4. Populasi Dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah orang – orang yang menggunakan mebel modern.

3.4.2. Sampel

Menurut Djarwanto (1994:43) sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Non Probability Sampling dengan metode Accidental Sampling. Menurut (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015) Accidental Sampling peneliti dapat memilih orang atau responden yang terdekat dengannya, atau yang pertamakali dijumpai. artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden). Karena populasi ini tidak diketahui maka penulis melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Hair et al dalam penelitian (Rinda Novitasari & Supriyanto, 2020) rumus Hair et al merupakan rumus dengan ukuran responden yang tergantung pada jumlah semua item pertanyaan dikalikan dengan 5-10. Pada penelitian ini terdapat 20 item pertanyaan. Dengan batas minimal responden untuk penelitian ini yaitu $20 \times 5 = 100$ sedangkan batas maksimalnya yaitu $20 \times 10 = 200$. Dengan demikian, responden yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Karena Jumlah tersebut sudah dianggap dapat mewakili populasi yang akan diteliti karena sudah memenuhi batas minimal sampel.

3.5. Variabel Penelitian

Variabel dari penelitian ini yaitu keputusan konsumen adalah suatu pilihan yang dimiliki oleh konsumen untuk bisa menjatuhkan pilihan dalam melakukan pembelian barang maupun jasa

3.6. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang di teliti. Definisi Operasional Variabel adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel.

Tabel 3.1
Oprasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Konsep Oprasional	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian	Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Rio, dkk (2015) dalam sebuah keputusan untuk menentukan dua atau lebih mempunyai jalan lain terhadap pilihan. Seseorang pemasar harus menguasai berbagai hal yang dapat mempengaruhi pembeli dan mengembangkan suatu pengertian bagaimana sebenarnya seorang konsumen membuat keputusan.	Keputusan untuk memilih produk atau jasa dalam bentuk tidak oleh konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya	1. Kualitas Produk 2. Design Produk 3. Merek 4. Informasi 5. Jumlah Produk	Interval

3.7. Uji Persyaratan Instrumental

3.7.1. Uji Validitas

Dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur Sugiyono (2017)

3.7.2. Uji Realibilitas

Uji Realibilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali Priyatno(2018). Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai cronbach alpha. Jika nilai alpha $> 0,6$ artinya alat ukur yang digunakan reliable atau mencukupi.

Tabel 3.2
Interprestasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1.0000	Sangat tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

Prosedur pengujian :

1. H_0 : data reliable
 H_a : data tidak reliable
2. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument reliable
Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument tidak reliable
3. Pengujian Realibilitas instrument dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 26)

4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan r hitung dengan r tabel dan probabilitas (sig) dengan r tabel maka dapat di simpulkan instrument tersebut dinyatakan reliable atau sebaliknya.

3.8. Metode Analisis Data

Untuk mengetahui apakah instrumen penelitian mampu mengukur faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mebel modern Uji Cochran Q test. Sedangkan untuk mengetahui karakteristik responden digunakann analisis tabulasi sederhana dan untuk mengukur tingkat kepentingan faktor-faktor dalam pengambilan kepuasan pembelian digunakan distribusi frekuensi.

3.8.1. Uji Cochran Q-test

Setelah data siap untuk dianalisis, peneliti menentukan teknik analisis data yaitu menggunakan metode Test Cochran Q. karena melalui metode ini peneliti ingin mengetahui atribut apa saja yang dianggap sah (valid). Atribut yang valid merupakan atribut yang berpengaruh dan dipertimbangkan konsumen untuk membeli mebel.

Untuk analisis data ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan tertutup dengan alternatif jawaban “YA” dan “TIDAK”. Pengukurannya menggunakan uji Cochran. Uji Cochran digunakan pada data dengan skala pengukuran nominal atau untuk informasi dalam bentuk terpisah dua (dikotomi). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan hubungan beberapa variabel (Durianto, 2001:78).

Hasil diujikan menggunakan uji Cochran Q Test, pengujian faktor dilakukan hingga menunjukkan hasil tidak terdapat perbedaan yang signifikan antar faktor yang dipilih responden.

Langkah-langkah pengujian analisis Cochran adalah sebagai berikut:

1. Membuat matrik (tabulasi) jawaban responden Setiap responden akan diminta memilih jawaban “ya” atau “tidak” pada setiap pertanyaan, kemudian dibuat tabulasi input responden.
2. Membuat matrik Cochran Dari hasil input responden, selanjutnya dibuat matrix Cochran untuk meringkas banyaknya jawaban “ya” pada setiap dimensi.
3. Membuat analisa Cochran Setelah pemuatan matrix Cochran, maka dibuat perhitungan dengan menggunakan uji analisa cochran

$$.Q = \frac{C(c-1)\sum Cj^2 - (C-1)N^2}{CN - \sum Ri^2}$$

Berikut rumus Cochran Q test, sebagai berikut :

Keterangan :

- Ri : Jumlah baris jawaban “YA”
- Cj : Jumlah kolom jawaban “YA”
- N : Jumlah responden (baris)
- C : Jumlah variabel (kolom)
- Q : Critical value

perhitungan statistika dengan Cochran Q-test. Bila hasil perhitungan tersebut masih menolak Ho, maka langkah selanjutnya adalah dengan menghilangkan Cj terendah kedua, kemudian kembali dilakukan perhitungan statistika dengan menggunakan Cochran Q-test. Langkah tersebut harus dilakukan sampai pada perhitungan statistik dengan hasil menerima Ho dan dapat disimpulkan faktor-faktor manakah yang lebih dominan mempengaruhi keputusan pembelian pada mebel.