

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Design Penelitian

(Maksum, 2012) mendefinisikan bahwa design penelitian ialah rumusan tentang bagaimana akan dilaksanakannya suatu penelitian. Rumusan tersebut akan digunakan guna mendapatkan hasil jawaban dari butir butir pertanyaan penelitian yang sudah dirumuskan. Sedangkan (Nazir, 2014) menyatakan bahwa design penelitian ialah keseluruhan proses yang dibutuhkan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan oleh penulis ialah metode kuantitatif yang didefinisikan oleh (Sugiyono, 2017) sebagai berikut:

“Metode penelitian kuantitatif ialah metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, serta pengumpulan datanya menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.”

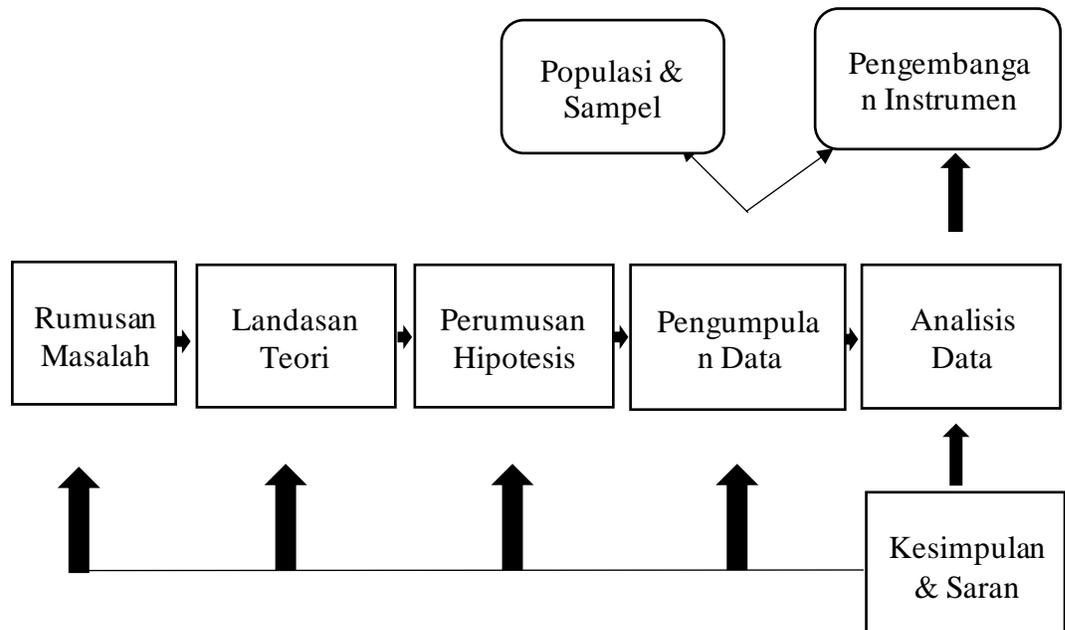
Sedangkan Gay, dkk. dalam (Leo, 2013) mendefinisikan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang ydidasari pada pengumpulan dan analisis data yang berbentuk numerik untuk menjelaskan, menduga, dan mengontrol fenomena yang ingin di teliti.

Penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang dijelaskan oleh (Sugiyono, 2017) bahwa metode pendekatan deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang diperoleh dan dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden dan diisi dengan keadaan yang sejujur-jujurnya. Pada penelitian ini, variabel yang diteliti oleh penulis adalah Perilaku Konsumen yang merupakan variabel bebas (independen).

Dibawah ini adalah komponen penelitian menurut (Sugiyono, 2017):

GAMBAR 3

KOMPONEN DAN PROSES PENELITIAN KUANTITATIF



Sumber : Olahan Peneliti, 2020

B. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ialah sasaran dalam suatu penelitian agar mendapatkan jawaban atau solusi dari suatu permasalahan. (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa obyek penelitian merupakan suatu sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, *valid* dan *reliable* tentang variabel tertentu. Obyek penelitiannya ialah faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi di CV. Puri Lestari Catering Bandung. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari - Juni 2020.

B. Populasi dan Sampel

a. Populasi

(Sugiyono, 2017) mendefinisikan populasi ialah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan didapatkan kesimpulannya. Pada penelitian ini populasi yang diambil ditentukan peneliti ialah konsumen yang telah menggunakan jasa dan produk dari CV. Puri Lestari Catering Bandung. Sebagai dasar pengambilan sampel maka penelitian ini berfokus pada jumlah konsumen di CV. Puri Lestari Catering Bandung selama 2 tahun terakhir yaitu tahun 2018 - 2019 dengan jumlah konsumen sebanyak 230 orang.

b. Sampel

Sampel ialah jumlah karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Arikunto dalam (Alwan, Henri, & Darmaji, 2017) mendefinisikan bahwa sampel ialah wakil dari populasi yang akan diteliti. Sedangkan Roschoe dalam Sugiyono (2017) menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian ialah sebanyak 30 sampai 500. Maka dari itu, sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang berdasarkan jumlah konsumen. (Sugiyono, 2017) mendefinisikan bahwa *purposive sampling* ialah suatu teknik penentuan sampel didasari kriteria yang telah dibuat oleh peneliti. Adapun kriteria respondenya, sebagai berikut :

1. Responden yang dipilih ialah yang sedang berada di lokasi penelitian di CV. Puri Lestari Catering Bandung pada saat penelitian berlangsung.
2. Konsumen yang telah melakukan pembelian atau menggunakan produk atau jasa dari CV. Puri Lestari Catering Bandung.
3. Konsumen tersebut bersedia untuk diwawancarai dan mengisi kuesioner yang telah disediakan.

Responden dalam penelitian ini ialah konsumendi CV. Puri Lestari Catering Bandung, ukuran sampel dari populasi dapat dihitung menggunakan rumus *Slovin*, rumusnya ialah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- n = jumlah sampel
 N = total dari populasi
 e² = toleransi kesalahan = (1%)

Dari rumus tersebut, diketahui besarnya sampel dalam penelitian ini ialah :

$$n = \frac{230}{1 + 230(0.1)^2} = \frac{230}{330} = 0.70$$

Berdasarkan perhitungan diatas, didapatkan hasil untuk jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 70 orang.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dan mendapatkan informasi sesuai dengan tata cara penelitian, supaya didapatkan data yang dibutuhkan untuk penelitian. Sugiyono dalam (Herviani & Febriansyah, 2016) mendefinisikan metode pengumpulan data ialah penelitian lapangan yang dilakukan dengan meninjau secara langsung obyek untuk mendapatkan data primer maupun sekunder.

1. Data Primer

(Sugiyono, 2017) menyatakan data primer merupakan sumber data yang langsung diberikan kepada pengumpul data. Suharsimi Arikunto dalam (Herviani & Febriansyah, 2016) mendefinisikan bahwa data primer ialah data yang dikumpulkan kepada pihak pertama biasanya ialah kuesioner, wawancara, dan lainnya.

a. Wawancara

(Sugiyono, 2017) menyatakan wawancara merupakan cara pengumpulan data yang sudah mengetahui pasti tentang informasi apa yang diperolehnya. Wawancara pada penelitian ini ialah wawancara tidak terstruktur yang dilakukan pada awal penelitian oleh penulis dengan Direktur CV. Puri Lestari Catering Bandung. Pertanyaan yang diajukan mengenai pendapatan dan mengenai complain dari konsumen yang pernah menggunakan jasa dan melakukan pembelian produk di CV. Puri Lestari Catering Bandung, hal ini dapat dijadikan sebagai data awal penelitian oleh penulis.

b. Kuesioner

Kuesioner biasa digunakan dalam pengumpulan suatu data dalam penelitian, data akan didapat dengan cara membagikan kuesioner kepada sampel dalam penelitian. (Sugiyono, 2017) mendefinisikan kuesioner ialah Teknik mengumpulkan data dengan memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden.

Sedangkan Widoyoko dalam (Purnomo & Palupi, 2016) menyatakan kuesioner ialah suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis untuk diberikan respon sesuai permintaan. Dan pada penelitian ini, kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti akan dibagikan kepada sampel yang telah ditetapkan dengan membagikanya langsung atau menggunakan media sosial kepada konsumen yang sedang atau telah melakukan pembelian di CV. Puri Lestari Catering Bandung.

2. Data Sekunder

Sugiyono dalam (Herviani & Febriansyah, 2016) menyatakan bahwa data sekunder merupakan sumber data yang didapatkan dengan membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literature, buku-buku, serta dokumen lainnya. Sedangkan Supriyanto dalam (Sugiarto, 2016) menyatakan bahwa data sekunder ialah data yang dikumpulkan supaya dapat digunakan orang lain. Maka dari itu penulis mencari data menggunakan sumber-sumber lain seperti studi kepustakaan.

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan ialah metode pengumpulan data dengan mempelajari data yang didapatkan dari kepustakaan atau sumber-sumber yang dapat memberikan informasi yang relevan dan terpercaya seperti internet, buku, jurnal penelitian.

D. Definisi Operasional Variabel

Operasional Variabel ialah salah satu penarikan batasan yang menjelaskan ciri-ciri secara spesifik mengenai suatu konsep. Yang tujuannya ialah mencapai alat ukur yang sesuai dengan variable yang sudah dijelaskan konsepnya. (Sugiyono, 2017) mendefinisikan operasional variabel ialah suatu atribut atau nilai obyek yang memiliki variasi tertentu yang sudah ditentukan peneliti untuk dipelajari dan kemudian didapatkan kesimpulannya. Pada penelitian ini akan dijelaskan oleh tabel dibawah ini :

TABEL 3

OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	Keterangan (Kuesioner)
Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior</i>) ialah studi tentang bagaimana suatu kelompok individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan	Faktor Budaya terdiri dari budaya, sub-budaya yang lebih menampakan identitas dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya dan kelas sosial	1. Budaya	Likert	Nomor 6 Nomor 8 Nomor 9
		2. Sub – Budaya		Nomor 7 Nomor 10 Nomor 11 Nomor 12 Nomor 13
		3. Kelas Sosial		Nomor 14
	Faktor Sosial merupakan pengaruh dari sekelompok orang yang mempengaruhi seorang	4. Kelompok Referensi	Likert	Nomor 16

TABEL 7
OPERASIONAL VARIABEL (lanjutan)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	Keterangan
dan membuang barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka	Individu untuk mengikuti kebiasaanya. Terdiri dari kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial.	5. Keluarga	Likert	Nomor 18
		6. Peran dan Status		Nomor 17 Nomor 19 Nomor 20
	Faktor Pribadi karakteristik pribadi dapat mempengaruhi keputusan pembelian termasuk usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, konsep diri serta gaya hidup dan nilai	7. Usia	Likert	Identitas Responden
		8. Tahap Hidup		Identitas Responden
		9. Pekerjaan		Identitas Responden
		10. Keadaan Ekonomi		Nomor 4
		11. Kepribadian		Nomor 2 Nomor 4
		12. Gaya Hidup		Nomor 1 Nomor 5

Sumber : Olahan Penulis, 2020

E. Analisis Data

Analisis data ialah penyusunan dan pengolahan data untuk menafsirkan data yang sudah didapatkan agar mudah dipahami dan dapat memberikan manfaat untuk menemukan suatu solusi dalam permasalahan penelitian.

Analisis data juga bertujuan untuk mendeskripsikan sebuah data supaya dapat dipahami karakteristik dari suatu populasinya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel. (Sugiyono, 2017) mendefinisikan bahwa analisis data ialah kegiatan setelah semua data dari responden terkumpul. Kegiatan analisis data ialah kegiatan mengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh reponden, mentabulasi data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik statistik deskriptif dan (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa statistik dipergunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul tanpa membuat kesimpulan yang generalisasi. Pengukuran pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang tiap butir pertanyaanya dapat dipilih responden dan disertai jawaban alternatif, selanjutnya akan dihitung dengan menggunakan skala *likert*. Seperti yang disampaikan oleh (Sugiyono, 2017) bahwa *Skala likert* ialah alat ukur yang dipakai untuk mengukur suatu sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Adapun skala penilaian dari angka 1 sampai 5 dimana penjabarannya sebagai berikut :

TABEL 4
SCORING JAWABAN KUESIONER

Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Olahan Peneliti, 2020

Untuk menganalisa setiap butir pertanyaan-pertanyaan yang telah dibuat oleh penulis akan mencari *mean* atau nilai rata-rata pada setiap butir pertanyaan dan akan menginterpretasikan nilai tersebut dengan rumus dan pada tabel dibawah ini :

Rumus:

$$\text{NJI (nilai jenjang interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Banyaknya kriteria pertanyaan}}$$

Keterangan :

- a. Nilai Tertinggi = 5
- b. Nilai Terendah = 1
- c. Interval = 5 - 1 = 4
- d. Jarak Interval = 0,8

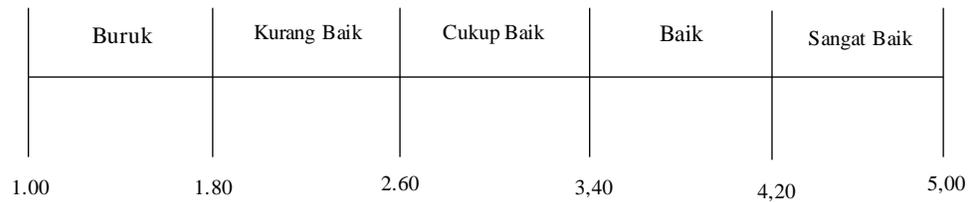
TABEL 5
NILAI KLASIFIKASI RATA-RATA

NILAI	KATEGORI
4,21 - 5,00	Sangat Baik
3,41 - 4,20	Baik
2,61 - 3,40	Cukup Baik
1,81 - 2,60	Kurang Baik
1,00 - 1,80	Buruk

Sumber : Olahan Peneliti, 2020

Lalu penulis juga membuat garis kontinum yang akan mempermudah penulis untuk menentukan kategori penilaian, gambarnya seperti dibawah ini:

GAMBAR 4
GARIS KONTINUM



Sumber : Olahan Peneliti, 2020

Lalu mendapatkan hasil *mean* atau nilai rata – rata pada setiap butir pertanyaan, untuk mengukur besarnya persentase terhadap skor tertinggi yang ada pada skala likert, dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$x = \frac{n}{N} \times 100$$

x = persentase dari nilai *mean* atau rata rata pada faktor-faktor

N = Nilai tertinggi atau maksimum dari skor pada skala likert

n = Nilai *mean* dari setiap faktor

2. Uji Validitas

Uji Validitas ialah suatu kebenaran dari suatu data yang dapat dipercaya sesuai dengan kenyataan yang ada. (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa valid artinya instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan agar dapat mengetahui apakah dalam suatu kuesioner ada yang harus diganti atau tidak karena dianggap tidak sesuai. Dalam penelitian ini dilakukan pengujian validitas untuk mengetahui apakah suatu instrumen penelitian dapat digunakan atau tidak. Untuk menguji validitas kuesioner peneliti menggunakan rumus korelasi Pearson dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

x = skor item

y = skor total

n = banyaknya subyek

Untuk menguji validitas pada kuesioner yang akan digunakan, peneliti mengambil sebanyak 40 responden sebagai tolak ukur nilai r hitung dengan r tabel dengan membuat 20 pertanyaan dengan taraf signifikan 5% ($=0,05$)

sehingga di dapatkan nilai r tabel sebesar 0,312 pada pengujian validitas. Pada penelitian ini peneliti menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 25 sebagai alat bantu untuk mengolah data, dan hasil olah datanya ialah sebagai berikut :

TABEL 6
VALIDASI PERILAKU KONSUMEN FAKTOR PRIBADI

Nomor Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0,486	0,312	Valid
2	0,535	0,312	Valid
3	0,755	0,312	Valid
4	0,576	0,312	Valid
5	0,664	0,312	Valid

Sumber : Olahan Penulis, 2020

Berdasarkan hasil olah data, didapatkan hasil seperti tabel tersebut yang menunjukkan faktor pribadi dengan 5 indikator yang digunakan sebagai kuesioner dinyatakan valid dengan nilai keseluruhan indikator (r hitung > r tabel.)

TABEL 7
VALIDASI PERILAKU KONSUMEN FAKTOR SOSIAL

NO Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
6	0,815	0,312	Valid
7	0,645	0,312	Valid
8	0,643	0,312	Valid
9	0,663	0,312	Valid
10	0,504	0,312	Valid
11	0,591	0,312	Valid
12	0,677	0,312	Valid
13	0,402	0,312	Valid
14	0,426	0,312	Valid
15	0,525	0,312	Valid

Sumber : Olahan Peneliti, 2020

Hasil olah data berdasarkan tabel di atas yang menunjukkan faktor budaya dengan 10 indikator yang digunakan sebagai kuesioner dinyatakan valid dengan nilai keseluruhan indikator (r hitung $>$ r tabel.)

TABEL 8

VALIDASI PERILAKU KONSUMEN FAKTOR BUDAYA

NO Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
16	0,646	0,312	Valid
17	0,522	0,312	Valid
18	0,447	0,312	Valid
19	0,395	0,312	Valid
20	0,434	0,312	Valid

Sumber : Olahan Penulis, 2020

Berdasarkan hasil olah data, didapatkan hasil seperti tabel di atas yang menunjukkan faktor sosial dengan 5 indikator yang digunakan sebagai kuesioner dinyatakan valid dengan nilai keseluruhan indikator (r hitung $>$ r tabel.)

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sebuah instrumen untuk mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Syarat dari suatu instrumen pengukuran ialah konsisten dan tidak berubah – ubah seperti yang dikemukakan oleh (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini uji reliabilitas instrumen yang akan digunakan menggunakan metode *Cronbatch's Alpha* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_b^2}{s_1^2} \right]$$

Keterangan : r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya pertanyaan

 $\sum s_b^2$: Jumlah butir varian s_1^2 : Total Jumlah varian

Suatu instrumen dikatakan reliabel jika mencapai sekurang-kurangnya mendapatkan koefisien kolerasi sebesar 0,50 (Susetyo, 2011). Sedangkan menurut Sekaran dalam (Wijaya, 2009) mengemukakan bahwa suatu instrumen dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach's alpha $> 0,7$.

TABEL 9**STATISTIK RELIABILITAS INSTRUMEN**

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of item</i>
0,879	20

Sumber : Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan uji reliabilitas intrumen penelitian analisis perilaku konsumen dengan 20 indikator menunjukkan nilai hasil > 0.80 , maka dapat disimpulkan bahwa hasil keseluruhan dari indikator instrumen adalah reliabel.

F. Jadwal Penelitian

Penyusunan jadwal penelitian dimulai dari observasi sampai dengan sidang skripsi, berikut jadwalnya akan ditampilkan tabel dibawah ini:

TABEL 10
JADWAL PENELITIAN

KEGIATAN	BULAN							
	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUNI	JULY	AGS
Pelaksanaan Observasi								
Pengajuan Usulan Penelitian								
Penyusunan Usulan Penelitian								
Seminar Usulan Penelitian								
Revisi Usulan Penelitian								
Pengumpulan Data								
Penyusunan Analisis dan Pembahasan								
Pengumpulan Skripsi								
Sidang Skripsi								

Sumber : Olahan penulis, 2020.