

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.⁷⁷ Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, perangkat, atau frekuensi), yang di analisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel memiliki pengaruh terhadap variabel yang lain.⁷⁸

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan penelitian komparatif. Menurut Silalahi Ulber, penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan dua gejala atau lebih. Penelitian komparatif dapat berupa komparatif deskriptif (*descriptive comparative*) maupun komparatif korelasional (*correlation comparative*). Komparatif deskriptif membandingkan variabel yang sama untuk sampel yang berbeda.⁷⁹ Selanjutnya menurut Hasan analisis komparasi atau perbandingan adalah prosedur statistik guna menguji perbedaan diantara dua kelompok data (variabel) atau lebih. Uji ini bergantung pada jenis data (nominal, ordinal, interval/rasio) dan kelompok sampel yang diuji. Komparasi antara dua sampel yang saling lepas (*independen*) yaitu

⁷⁷ Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 5.

⁷⁸ Asmadi Alsa, *Pendekatan penelitian Kuantitatif & Kualitatif Serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h.13

⁷⁹ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Unpar Press, 2005), h. 76.

sampel-sampel tersebut satu sama lain terpisah secara tegas dimana anggota sampel yang satu tidak menjadi anggota sampel lainnya.⁸⁰

Arikunto Suharsini mengatakan bahwa dalam penelitian komparasi dapat menemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan tentang benda-benda, tentang orang, prosedur kerja, ide-ide, kritik terhadap orang, kelompok, terhadap suatu ide atau prosedur kerja. Dapat juga membandingkan kesamaan pandangan dan perubahan-perubahan pandangan orang, grup atau negara, terhadap kasus, terhadap orang, peristiwa atau terhadap ide-ide.⁸¹

Dalam penelitian ini peneliti ingin membandingkan keputusan pembelian pada Toko Online dan Keputusan Pembelian pada Toko Konvensional.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸²

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah Mahasiswa IAIN Tulungagung yang pernah berbelanja melalui *online shop* dan Toko Konvensional melalui media sosial instagram sebagai sarana promosi. Karena populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Pascasarjana yang pernah melakukan pembelian jumlahnya sangat banyak, maka dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.

⁸⁰M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), h. 126-127.

⁸¹ Suhairsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 3.

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 80.

2. Sampel

Sugiyono menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁸³ Jika jumlah populasi penelitian besar dan peneliti tidak mungkin untuk mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Suharsimi menyatakan bahwa apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Tetapi jika jumlah subjeknya besar, dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih, tergantung setidak-tidaknya dari:

- a) Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga, dan dana.
- b) Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- c) Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti. Untuk penelitian yang resikonya besar, tentu saja jika sampel besar, hasilnya akan lebih baik.⁸⁴

Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan *non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan melalui metode *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik penelitian sampel berdasarkan kebetulan, yaitu memilih responden dengan cara mendatangi responden kemudian memilih calon responden yang ditemui secara kebetulan, namun calon responden memiliki karakteristik tertentu, yaitu responden yang pernah melakukan pembelian produk fashion melalui toko online dan toko konvensional.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Pangkalan Data

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, h. 81.

⁸⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h, 134.

Pendidikan Tinggi Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (PDDIKTI), jumlah mahasiswa Pascasarjana IAIN Tulungagung per akademik 2017-2018 berjumlah 627 mahasiswa.⁸⁵ Dari data tersebut, peneliti akan mengambil sampel penelitian sebesar 16% dari populasi yakni sejumlah 100 mahasiswa sebagai responden. Selanjutnya, responden akan dibagi menjadi dua, 50 responden yang memutuskan pembelian pada toko online shop dan 50 responden pada toko konvensional. Pada dasarnya, untuk memperoleh jumlah responden tersebut, peneliti melakukan survey untuk mengetahui mahasiswa yang mempunyai akun Instagram dan pernah melakukan pembelian produk fashion melalui media social tersebut sebagai sarana promosi. Selanjutnya, peneliti menanyakan apakah keputusan akhir pembelian produk fashion dilakukan melalui transaksi online atau mendatangi toko fisik (konvensional).

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuisisioner

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner. Menurut Sugiyono “kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.⁸⁶ Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket, yaitu mengajukan pertanyaan tertulis dengan menyediakan alternatif jawaban kepada responden penelitian yang berkaitan dengan minat dan keputusan pembelian produk pada toko online dan toko konvensional.

⁸⁵ Pangkalan Data Pendidikan Tinggi Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (PDDIKTI), <https://forlap.ristekdikti.go.id/perguruantinggi/detail/OEVDRDZBOTQtMzVCOS00MOJFLTIEODktNTg3NTNCMjRBMUZG>, diakses pada tanggal 7 Januari 2019.

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV Alfabeta, 2005), h. 135.

Responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan. Pengukuran kuisisioner digunakan dengan menggunakan Skala Likert (*Likert Scale*), dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Metode ini menggunakan untuk sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok fenomena sosial. Instrumen pertanyaan ini akan menghasilkan total skor bagi tiap-tiap anggota sampel yang diwakili oleh setiap nilai skor seperti yang tercantum pada skala likert dibawah ini.

Tabel 3.1
Skala Likerts

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2. Studi Dokumentasi

Teknik yang digunakan dengan mengambil data berdasarkan dokumen atau laporan yang ada dengan penelitian seperti diberbagai literatur, uraian tugas dan penelitian terkait keputusan pembelian pada Toko Online dan Toko Konvensional melalui instagram sebagai sarana promosi.

D. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2008), instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati dan secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.⁸⁷ Instrumen atau alat ukur dalam penelitian ini berupa kuesioner yang berisi butir-butir pertanyaan. Penyusunan kuesioner tersebut didasarkan pada konstruksi teoritik

⁸⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 38

yang telah disusun sebelumnya. Kemudian atas dasar teoritik tersebut dikembangkan dalam indikator-indikator dan selanjutnya akan dikembangkan dalam butir-butir pertanyaan. Instrumen ini disusun dengan menggunakan Skala Likert. Adapun kisi-kisi kuesioner dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2. Kisi-kisi Kuesioner Penelitian

Variabel	Sub-Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian, “Proses keputusan pembelian konsumen yaitu proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku, dan memilih salah satu diantaranya”. (Kotler dan Armstrong, 2008)	1. Pengenalan kebutuhan	Pengenalan produk yang akan dibeli
	2. Pencarian Informasi	1. Pencarian produk 2. Pencarian provider
	3. Pemilihan Produk	1. Pemilihan produk 2. Pemilihan provider
	4. Pembayaran	1. Kemudahan transaksi 2. Metode Pembayaran
	5. Keterjangkauan	1. Waktu Pembelian 2. Jarak Pembelian
	6. Design Promosi	1. Design iklan menarik 2. Iklan yang ditampilkan sesuai yang diinginkan 3. Mendorong untuk melakukan pembelian
	7. Harga	1. Adanya diskon 2. Persaingan harga

	8. Kualitas Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan Produk 2. Produk sesuai harapan 3. Produk dapat diandalkan
	9. Tingkat Kepercayaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian produk terhadap informasi 2. Informasi dan kebenaran produk 3. Pelayanan dalam pembelian 4. Toko sesuai dengan harapan

E. Uji Coba Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel, Dengan membandingkan nilai r-hitung dari hasil output (*Corrected Item-Total Correlation*) dengan r-tabel, jika r-hitung lebih besar dari r-tabel maka butir pertanyaan tersebut adalah valid, tetapi jika r-hitung lebih kecil dari pada r-tabel maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

Σxy = Jumlah perkalian antara variabel x dan Y

Σx^2 = Jumlah dari kuadrat nilai X

Σy^2 = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\Sigma x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\Sigma y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Nilai korelasi yang didapat dari rumus tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai di tabel koefisien korelasi r. Butir disebut valid jika nilai korelasi lebih besar dari nilai di tabel atau ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$) pada taraf signfiikansi 5%.

2. Uji Realiabilitas

Menurut Wahyono reliabilitas adalah kemantapan atau stabilitas antara hasil pengamatan dengan instrumen atau pengukuran.⁸⁸ Suatu bentuk kuisioner Reabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Croabach's Alpha* > dari 0,60.

Pengujian reliabilitas pada kuesioner yang memiliki dua atau lebih pilihan jawaban (skor 1-5) adalah dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha, yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

⁸⁸ Teguh Wahyono, *25 Model Analisis Statistik dengan SPSS 17*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009), h. 251.

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

σ^2 = varians total

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.⁸⁹ Pada penelitian ini, uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan program pengolah data SPSS 23 melalui uji normalitas one sample *Saphiro-Wilk*. Dimana nilai signifikansi dari tabel *Saphiro-Wilk* harus diatas standard error 0,05 atau 5%. Apabila nilai signifikansi diatas dari standar error sebesar 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data dari suatu variabel memiliki distribusi yang normal.⁹⁰

F. Teknik Analisis Data

Alat analisis yang digunakan salah satunya adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis uji beda T-test. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan antara keputusan konsumen pada *online shop* dan toko konvensional. Adapun pedoman pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t table dalam uji independent sample t test ini dapat berpedoman pada

⁸⁹ Jonathan Sarwono, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2006), h. 115-117.

⁹⁰ Rony Setiawan, Nana Dara Priatna, *Pengantar Statistik*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 14.

dasar keputusan berikut ini:⁹¹

1. Jika nilai t hitung **lebih kecil dari** t table, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak ada perbedaan rata-rata hasil antara keputusan pembelian pada Variable X1 (Toko Online) dan Variabel X2 (Toko Konvensional)
2. Jika nilai t hitung **lebih besar dari** t table, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada perbedaan rata-rata hasil antara keputusan pembelian pada Variable X1 (Toko Online) dan Variabel X2 (Toko Konvensional)

⁹¹ Tulus Winarsunu, *Statistik Dalam Penelitian Psikologi dan Penelitian*, (Malang: UMM Press, 2008), h. 82.