

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu penelitian yang mengidentifikasi suatu keadaan yang telah dan sedang berjalan, dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya untuk mendapatkan kesimpulan dari masalah yang ada dan dicarikan cara pemecahannya melalui analisis yang dilakukan penulis melalui alat uji yang telah ditetapkan oleh penulis.

#### **B. Populasi dan Sampel**

Kegiatan yang bersifat ilmiah maupun yang bersifat sosial, perlu dilakukan pembatasan dalam menentukan populasi dan cara pengambilan sampel. Sampel yang diambil unsur-unsurnya harus representatif yang dapat mewakili keseluruhan dari populasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Galery Smartfren Bogor berjumlah tak terhingga.

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek/subjek yang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2008).

Pengertian Sampel Menurut (Sugiyono, 2008),” sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Jumlah anggota sampel yang paling tepat digunakan dalam penelitian bergantung pada tingkat kesalahan yang diinginkan. Makin besar tingkat kesalahan maka akan semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan dan sebaliknya. Makin kecil tingkat kesalahan maka akan semakin besar jumlah sampel yang diperlukan.

Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus pendekatan Isac Michel.

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

dimana: n= sampel                       $Z_{\alpha/2}$ = tingkat kepercayaan/signifikan

p= proporsi                              e= margin of error

q= 1-p

Perhitungan ukuran sample disajikan dibawah ini:

$$n = \frac{(1,599)^2 0,2 \cdot 0,8}{(0,1)^2} = \frac{0,4090}{0,01} = 40,90 = 41 \text{ Orang}$$

Keterangan: 1,599 = nilai standar sebagaimana nilai tingkat kepercayaan/signifikan 95% (0,95),  
 $\alpha/2 = (1-\text{nilai tingkat kepercayaan})/2 = 0,025$   
 $Z = 1 - \alpha/2 = 1 - 0,025 = 0,975$  dari distribusi normal (1,64)

(p) 0,2 = proporsi masyarakat menggunakan Smartfren.

(q) 0,8 = 1 - proporsi masyarakat menggunakan Smartfren

(e) 0,1 = margin error 10%

### **C. Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada penulis. Sumber data primer adalah catatan hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara langsung atau menggunakan kuesioner. Selain diperoleh dari wawancara, penulis juga melakukan observasi lapangan dan mengumpulkan data dalam bentuk catatan. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung. Data sekunder ini dapat berupa hasil olahan dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain untuk memberikan informasi lebih. Dalam studi pustaka, untuk menunjang penelitian ini penulis juga membaca literature-literatur yang berhubungan dengan penelitian.

### **D. Metode Pengumpulan Data**

Jenis dan sumber data Primer dan Sekunder,

Data primer, yang diperoleh melalui observasi, penyebaran kuesioner kepada responden yang berisikan pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup berupa pertanyaan yang alternative jawabannya telah disediakan, sehingga

responden hanya memilih salah satu alternative jawaban yang menurutnya paling sesuai.

Data sekunder, yang diperoleh dari studi literature yang berhubungan dengan topik penelitian , serta buku dan beberapa referensi dari internet.

## **E. Metode Analisis Data**

### **1. Analisis Faktor**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis faktor. Dimana metode analisis faktor tersebut dapat menentukan suatu kelompok variable yang layak disebut sebagai faktor yaitu dengan acuan berdasarkan pada besarnya eigenvalue yang lebih besar atau sama dengan satu. Sedangkan besarnya sumbangan masing-masing variabel didalam suatu faktor terhadap pertimbangan keputusan pembelian dilihat dari nilai total varian masingmasing faktor. Kemudian untuk melihat peranan masing-masing variabel didalam suatu faktor dilihat dari besarnya loading variabel bersangkutan, dimana loading terbesar berarti mempunyai peranan yang utama.

Analisis faktor merupakan nama umum yang menunjukkan suatu kelas prosedur, utamanya dipergunakan untuk mereduksi data atau meringkas dari variable yang banyak diubah menjadi sedikit variabel.

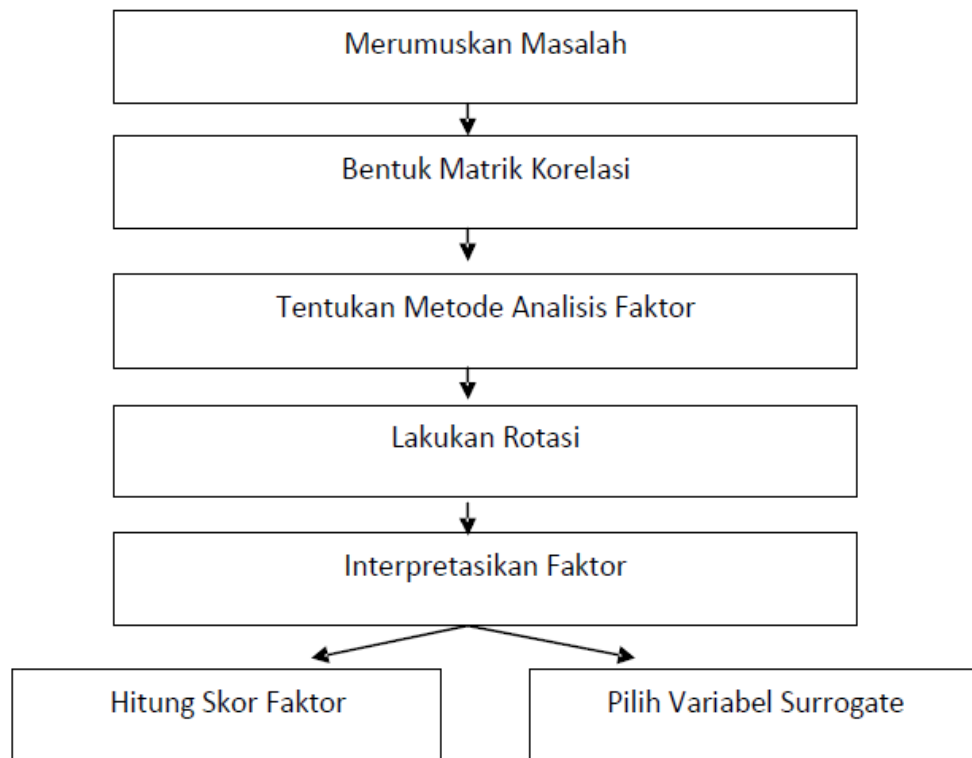
Faktor yang unik tidak berkorelasi dengan sesama faktor yang unik dan juga tidak berkorelasi dengan common factor. Common factor

sendiri dapat dinyatakan sebagai kombinasi linear dari variabel-variabel yang terlihat/terobservasi (the observed variables).

Dalam analisis faktor konsep statistik yang berhubungan adalah sebagai berikut :

- a. Bartlett's test of sphericity; yakni tes statistik yang digunakan untuk menguji bahwa antara variabel-variabel di dalam satu populasi tidak saling berhubungan.
- b. Communalities; adalah jumlah varians yang dimiliki semua variabel yang dianalisis. Communalities dapat pula dikatakan sebagai proporsi varians yang dapat dijelaskan oleh faktor-faktor umum.
- c. Eigenvalue; adalah nilai yang mewakili total varian yang dijelaskan oleh setiap faktor.
- d. Factor Loading; adalah korelasi-korelasi sederhana antara variabel-variabel dan faktor-faktor.
- e. Factor matrix; memuat factor loading dari seluruh variabel pada faktor-faktor yang telah disarikan/pilih.
- f. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure of sampling adequacy; adalah indeks yang digunakan untuk menguji ketepatan analisis faktor. Value yang tinggi (antara 0,5 sampai 1,0) menunjukkan bahwa analisis tersebut tepat, sementara value dibawah 0,5 menunjukan bahwa analisis tersebut tidak tepat.

## 2. Tahapan Analisis Faktor



Gambar 3.  
Tahapan Analisis Faktor

Dari gambar tersebut di atas dapat diambil inti dari metode analisis faktor adalah sebagai berikut:

### a. Merumuskan masalah

Tujuan analisis faktor harus ditentukan terlebih dahulu sebelum melakukan suatu penelitian. Variabel yang akan digunakan haruslah dispesifikasi terlebih dahulu pertimbangan

yang telah ditentukan. Selain itu juga responden yang akan dijadikan obyek penelitian juga harus ditentukan kriterianya.

b. Membuat matrik korelasi atas semua faktor

Dalam tahap ini, untuk memperoleh analisis faktor yang akurat, semua variabelnya harus berkorelasi, namun bebas dari masalah kolinieritas. Uji statistik pada tahap ini yang digunakan adalah Barlet's test of sphericity atau Indeks KMO.

c. Menyarikan/meringkas menjadi faktor-faktor inti

Prosedur ini dilakukan agar dapat meringkas informasi yang terkandung dari variabel-variabel yang asli secara tepat, dalam penelitian ini digunakan penetapan jumlah faktor berdasarkan eigenvalues di atas atau sama dengan satu.

d. Melakukan rotasi untuk penyelesaian akhir

Faktor-faktor didalam matriks yang kompleks sangat sulit diinterpretasikan, untuk itu diperlukan rotasi faktor yang akan menyederhanakan matriks tersebut menjadi matriks yang sederhana dan mudah diinterpretasikan dengan memilih nilai faktor loading yang besarnya  $\geq 0,500$ .

## **F. Operasional Variabel**

Agar dapat dilakukan pengukuran, maka variable penelitian harus dioperasionalkan. Dengan kata lain variable penelitian dijabarkan lebih lanjut kedalam indicator dan pengukuran seperti pada Tabel 2. Adapun

rentang skala dari kuesioner yang akan dilakukan analisis nantinya seperti pada Tabel 3.

Tabel 2.

## Operasional Variabel

Variabel	Faktor	Indikator	Nomor soal
Keputusan Pembelian	Budaya	1. Budaya 2. Subbudaya 3. Kelas sosial	1-3
	Sosial	1. Kelompok acuan 2. Keluarga 3. Peran dan status	4-7
	Kepribadian	1. Usia dan tahap siklus hidup 2. Keadaan ekonomi 3. Gaya hidup 4. Kepribadian dan konsep diri	8-11
	Psikologis	1. Motivasi 2. Persepsi 3. Pengetahuan 4. Keyakinan dan pendirian	12-18

Tabel 3.

## Rentang Skala Kuesioner

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Kurang Setuju	2
Tidak Setuju	1