

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012). Penelitian ini merupakan penelitian eksploratif (penjajakan) ialah penelitian yang masih bersifat terbuka, masih mencari-cari dan belum punya hipotesis. Pendekatan penelitian ini sering dilakukan sebagai langkah awal untuk melakukan pendekatan penelitian yang lebih mendalam, baik itu penelitian eksplanatori (penjelasan) maupun penelitian deskriptif. (Prasetyaji, 2007).

Skala pengukuran menggunakan skala likert yang dimodifikasi menjadi empat opsi jawaban, metode pengumpulan data dengan cara interview (wawancara), kuesioner (angket), serta kepustakaan. Teknik analisis data peneliti menggunakan analisa faktor dengan bantuan program SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah orangtua siswa PAUD dan TK AT-TAQWA Jombang, dengan teknik Sampling Insidental.

3.2. Lokasi dan Obyek Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di desa Plandi kecamatan Jombang kabupaten jombang di PAUD dan TK AT-TAQWA. Waktu penelitian dilaksanakan pada 01 juni 2017 sampai 01 Agustus 2017. Obyek penelitian ini adalah delapan variabel bauran pemasaran.

3.3. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini meliputi:

1. Variabel Bebas (X)

a. Aspek Produk (*Product*)

Produk adalah semua hal yang di berikan oleh lembaga kepada siswa dan memberi nilai bagi siswa tersebut. Indikator yang digunakan adalah (Purwanto, 2014):

- 1) Program ekstra kurikuler yang beragam.
- 2) Program kedisiplinan melalui sistem yang telah dirancang oleh pihak sekolah.
- 3) Program pintar membaca yang dilakukan sebelum memasuki kelas.

b. Aspek Harga (*Price*)

Biaya yang dikeluarkan oleh orangtua siswa yang berupa uang, waktu dan usaha untuk mendapatkan pendidikan bagi anaknya. Indikator yang digunakan adalah(Purwanto, 2014):

- 4) Besarnya biaya SPP yang dikeluarkan oleh orangtua siswa
- 5) Daftar ulang yang dibebankan terjangkau atau wajar
- 6) Biaya buku yang terjangkau
- 7) Biaya pembelajaran luar sekolah yang terjangkau misalnya renang, manasik haji dan lain-lain.

c. Aspek Promosi (*Promotion*)

Aktivitas yang dilakukan untuk menyebarkan informasi mengenai lembaga AT-TAQWA kepada calon konsumen. Indikator yang digunakan adalah(Purwanto, 2014):

- 8) Spanduk yang dipasang di sekitar sekolah supaya calon konsumen mengetahui tentang lembaga AT-TAQWA.
- 9) Brosur yang diberikan kepada setiap konsumen yang datang langsung ke lembaga AT-TAQWA.

d. Aspek Tempat (*Place*)

Tempat merupakan letak lembaga AT-TAQWA yang berada di kawasan padat penduduk yakni di Desa Plandi Kecamatan Jombang. Indikator yang digunakan adalah(Purwanto, 2014):

- 10) Tempat yang luas
- 11) Lokasi mudah diakses
- 12) Lingkungan yang aman

e. Aspek Orang (*people*)

Orang adalah sumber daya atau guru yang terlibat dalam proses belajar mengajar. Indikator yang digunakan adalah(Purwanto, 2014):

- 13) Kemampuan guru dalam mendidik atau mengajar
- 14) Tingkat pendidikan guru yang sesuai

f. Aspek Proses (*process*)

Proses adalah tindakan dalam operasional lembaga AT-TAQWA. Indikator yang digunakan adalah(Purwanto, 2014):

- 15) Kemudahan pendaftaran
- 16) Kemudahan dalam akses informasi
- 17) Adanya penjelasan pembayaran
- 18) Proses belajar yang menyenangkan
- 19) Proses pembentukan karakter pada anak

g. Bukti fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik adalah bukti nyata yang diberikan oleh lembaga AT-TAQWA atas kualitas pendidikan. Indikator yang digunakan adalah (Purwanto, 2014):

- 20) Bentuk gedung yang menarik
- 21) Sarana penunjang belajar yang lengkap
- 22) Tempat olahraga yang memadai

h. Layanan pelanggan (*Customer Service*)

Layanan pelanggan adalah layanan yang di berikan oleh lembaga AT-TAQWA kepada konsumen. Indikator yang digunakan adalah (Tjiptono (2011) dan Zheithalm et al dalam Aryani, 2010):

- 23) Kinerja (*performance*) seluruh guru dalam melayani konsumen
- 24) Keandalan (*reliability*) seluruh guru dalam melayani konsumen
- 25) Jaminan (*assurance*) untuk perlakuan yang adil terhadap siswa
- 26) Daya tanggap (*responsiveness*) guru terhadap segala hal yang terjadi terhadap siswa.

2. Variabel Dependen

Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian dalam penelitian ini didefinisikan sebagai aktivitas orangtua siswa yang dipengaruhi beberapa faktor untuk mengambil suatu tindakan dalam memilih sekolah untuk anaknya.

Tabel 3.1 Tabel Kisi – Kisi Instrumen Penelitian

No	Aspek	Faktor	Item Pernyataan
1	Produk (X1)	Ekstra Kurikuler (X1.1)	1
		Program kedisiplinan (X1.2)	1
		Program pintar membaca (X1.3)	1
2	Harga (X2)	Biaya SPP (X2.1)	1
		Biaya Daftar Ulang (X2.2)	1
		Biaya Buku (X2.3)	1
		Biaya pembelajaran luar sekolah (X2.4)	1
3	Promosi (X3)	Spanduk (X3.1)	1
		Brosur (X3.2)	1
4	Tempat (X4)	Lokasi yang luas (X4.1)	1
		Lokasi yang mudah dijangkau (X4.2)	1
		Lingkungan yang aman (X4.3)	1
5	Orang (X5)	Kemampuan guru dalam mendidik atau mengajar (X5.1)	1
		Tingkat pendidikan guru yang sesuai (X5.2)	1
6	Proses (X6)	Kemudahan pendaftaran (X6.1)	1
		Kemudahan Akses informasi (X6.2)	1
		Adanya Penjelasan Pembayaran (X6.3)	1
		Proses belajar yang menyenangkan (X6.4)	1
		Proses pembentukan karakter anak (X6.5)	1
7	Bukti fisik (X7)	Bentuk Gedung (X7.1)	1
		Sarana penunjang belajar (X7.2)	1
		Tempat Olahraga (X7.3)	1
8	Layanan pelanggan (X8)	kinerja (<i>performance</i>) (X8.1)	1
		kehandalan (<i>reliability</i>) (X8.2)	1
		jaminan (<i>assurance</i>) (X8.3)	1
		daya tanggap (<i>responsiveness</i>) (X8.4)	1
9	Keputusan Pembelian		

3.4. Skala Pengukuran

Jenis skala pengukuran didalam penelitian ini adalah jenis skala interval. Untuk mengukur seluruh variabel bauran pemasaran, faktor

kebudayaan, faktor sosial dan keputusan pembelian. diukur dengan menggunakan skala Likert yang dimodifikasi menjadi 4 (empat) opsi jawaban yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju secara berturut – turut diberi skor 4, 3 , 2 , 1, Hesti (2016).

Skala pengukuran ini dipilih agar responden memiliki kemudahan dalam memberi penilaian yang sesuai dengan persepsi dan kondisi yang mereka alami sekaligus untuk menghindari jawaban responden yang cenderung memilih jawaban tengah.

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Populasi menurut (Ferdinand 2006) adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini pada periode tahun 2017-2018 yakni kepada orangtua siswa sebanyak 160 orang.

3.5.2. Sampel

Sampel merupakan subset dari populasi (Ferdinand, 2006). Dapat diartikan perwakilan dari anggota populasi. Pengambilan sampel yang digunakan peneliti menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

$$n = \frac{151}{1+(151 \times 0.05^2)}$$

$$= 151:1.3775$$

$$= 110 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 orang.

Keterangan

n = Ukuran sampel

N = Populasi

E = Prosentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan atau tingkat eror 5%

3.4.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling insidental*. Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini orang yang kebetulan dijumpai sedang mengantar atau menjemput anaknya di lembaga AT-TAQWA Jombang.

3.6. Jenis dan sumber data

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah jumlah keseluruhan siswa PAUD dan TK AT-TAQWA Jombang.

2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data sekunder bersumber dari studi pustaka melalui berbagai jurnal, penelitian terdahulu, biro pusat statistik dan artikel yang diambil dari internet

3.7. Metode pengumpulan data

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet, Sugiyono (2016).

2. Kepustakaan

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku- buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.8. Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkatatau kesahihan suatu instrument. Pada peneliti ini peneliti menggunakan kuisisioner dalam mengumpulkan data penelitian, maka kuisisioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukur . Uji validitas dapat menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, seperti berikut ini:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :r = Koefisien korelasi

$\sum X$ = Jumlah skor Item

$\sum Y$ = Jumlah skor total

n = Jumlah responden

Dalam teknik pengujian ini yang akandiuji adalah validitas konstruk dengan menggunakan uji analisis faktordengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Ujiinstrumen kali ini dinyatakan valid jika $r > 0,30$ dengan $N = 30$. Menggunakan rumus

korelasi product moment yang dibantu dengan aplikasi komputer *SPSS ver. 21* (Riduwan, 2009).

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomer pernyataan	Validitas		Keterangan
		Korelasi (r)	r Tabel	
X1	X1.1	501	0,3	Valid
	X1.2	575	0,3	Valid
	X1.3	523	0,3	Valid
X2	X2.1	509	0,3	Valid
	X2.2	542	0,3	Valid
	X2.3	586	0,3	Valid
	X2.4	593	0,3	Valid
X3	X3.1	338	0,3	Valid
	X3.2	371	0,3	Valid
X4	X4.1	542	0,3	Valid
	X4.2	478	0,3	Valid
	X4.3	363	0,3	Valid
X5	X5.1	310	0,3	Valid
	X5.2	424	0,3	Valid
X6	X6.1	608	0,3	Valid
	X6.2	555	0,3	Valid
	X6.3	698	0,3	Valid
	X6.4	342	0,3	Valid
	X6.5	546	0,3	Valid
X7	X7.1	487	0,3	Valid
	X7.2	655	0,3	Valid
	X7.3	471	0,3	Valid
X8	X8.1	296	0,3	Tidak Valid
	X8.2	466	0,3	Valid
	X8.3	543	0,3	Valid
	X8.4	631	0,3	Valid

Sumber: data primer diolah, 2017

Berdasarkan pada tabel 3.2 menunjukkan semua item pernyataan mempunyai nilai korelasi lebih dari 0,30, kecuali pada faktor kinerja (X8.1) dengan nilai korelasi 0,296, jadi faktor kinerja dikeluarkan dari

item pernyataan. Dengan demikian berarti bahwa semua item pernyataan di nyatakan valid terkecuali kinerja.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini menggunakan metode *Internal Consistensi* yaitudengan cara diuji cobakan sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan α (*Cronbach's alpha*), dengan rumus sebagai berikut:

$$r_n = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a_b^a}{a_1^2} \right)$$

Keterangan:

r_n = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

a_b^a = jumlah varians butir

a_1^2 = Varians total

Untuk mengetahui reliable atau tidaknya suatu instrument pengambilan data suatu penelitian dapat dilakukan dengan melihat nilai koefisien reliabilitas. Nilai koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai 1. Apabila nilai koefisien tersebut mendekati 1, maka instrument tersebut semakin reliabel. Ukuran yang dipakai untuk menunjukkan pernyataan tersebut reliable, apabila nilai Cronbach Alpha di atas 0,6 (Arikunto, 2006)

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,881	25

Berdasarkan tabel data 3.3 menunjukkan semua aspek penelitian yaitu produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses, bukti fisik dan layanan pelanggan menunjukkan koefisien *alpha* yang cukup besar yaitu diatas 0,6 dengan nilai 0,881. Sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran dari angket adalah reliabel sehingga selanjutnya layak untuk digunakan.

3.9. Teknik Analisa Data

3.9.1 Analisis deskriptif

Menurut Sugiyono (2012) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan dan menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisa deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing-masing item variabel dengan skala pengukuran skala Likert yang dimodifikasi menjadi 4 (empat) opsi jawaban yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Ranting Skor} &= \frac{\text{Nilai Skor Tertinggi} - \text{Nilai skor terrendah}}{\text{Jumlah Kategori skor}} \\ &= \frac{4-1}{4} \\ &= 0,75 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

1,00 – 1,75 = Sangat Buruk

1,76 – 2,50 = Buruk

2,51 – 3,25 = Baik

3,26 – 4,00 = Sangat Baik

3.9.2 Analisis Faktor

Menurut Kuncoro (2003), analisis faktor adalah jenis analisis yang digunakan untuk mengenali dimensi-dimensi pokok atau keseluruhan dari sebuah fenomena. Tujuan umum dari analisis faktor adalah untuk meringkas kandungan informasi variabel dalam jumlah yang besar menjadi sejumlah faktor yang lebih kecil. Untuk menentukan suatu kelompok variabel layak faktor digunakan kriteria berdasarkan besarnya *eigen value* yang lebih besar atau sama dengan 1 (satu). Besarnya sumbangan masing-masing faktor terhadap pertimbangan keputusan dapat dilihat dari nilai total varian masing-masing factor. Sedangkan untuk mengetahui peranan masing-masing variabel di dalam suatu faktor dapat ditentukan dengan besarnya *loading* dari variabel yang bersangkutan, *loading* dengan nilai terbesar berarti mempunyai peranan utama dalam variabel tersebut.

Menurut Malhotra (1993), analisis faktor adalah serangkaian prosedur yang digunakan untuk mengurangi dan meringkas data, model analisis faktor adalah sebagai berikut :

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + \dots + A_{im}F_m + V_iU_i$$

Keterangan:

X_i :Standarisasi variable ke i

A_{ij} :Standarisasi koefisien regresi berganda variable I pada faktor umum (common factor) j .

F : Faktor umum

V_i :Standarisasi koefisien dari variable i pada faktor khusus (unique) i

U_i :Faktor khusus bagi variable i

M : Jumlah dari faktor-faktor yang umum

Faktor-faktor yang khusus (unik) itu tidak berhubungan satu sama lain, juga tidak ada kolerasinya dengan faktor-faktor umum. Faktor-faktor umumnya sendiri dapat dinyatakan sebagai kombinasi linier dari variable-variabel yang dapat diamati. Sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$F_i = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + W_{i3}X_3 + \dots + W_{ik}X_k$$

Keterangan:

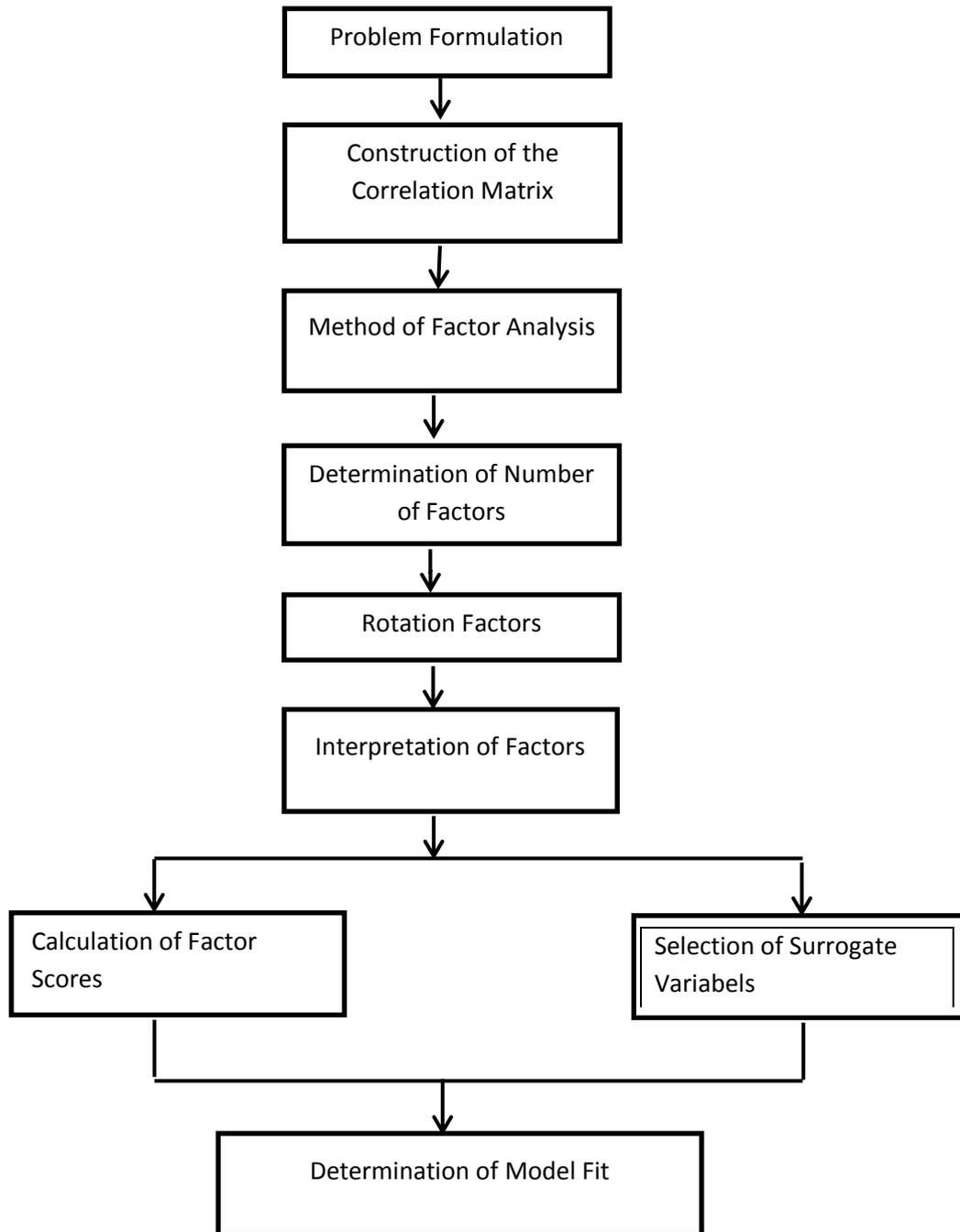
F_i =estimasi faktor ke i

W_i =Bobot atau koefisien nilai faktor

K =Jumlah variabel

Langkah-langkah dalam analisis faktor dapat dijelaskan pada gambar 10. sebagai berikut

Gambar 3.1 Langkah-langkah Dalam Analisis Faktor (Malthora, 1993)



Berdasarkan gambar 3.1 tersebut secara garis besar analisis faktor dilakukan sebagai berikut :

1. Membuat Matriks Korelasi

Proses analisis didasarkan pada matriks korelasi antara variable yang satu dengan variable yang lain, untuk memperoleh analisis faktor yang tepat semua variable-variabelnya harus berkorelasi. Untuk menguji ketetapan dalam model faktor, uji statistik yang digunakan adalah *test of sphericity* dan *Kaiser-meyer-olkin* (KMO).

2. Metode analisis faktor

Metode atau teknik analisis faktor yang digunakan untuk ekstraksi dalam analisis faktor adalah *principal component analysis* (PCA), yaitu merupakan pendekatan untuk analisis faktor yang menekankan pada pertimbangan total *variance* dalam data.

3. Penentuan jumlah faktor

Penentuan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili variable-variabel yang akan dianalisis didasarkan pada besarnya nilai *eigen value* serta prosentasi total varian. Pada analisis ini jumlah faktor sebelum penelitian ditentukan sebanyak tujuh faktor berdasarkan apriori dan hanya berlaku pada pembahasan sebelum penelitian. Setelah penelitian dilaksanakan untuk analisis selanjutnya didasarkan pada hasil analisis statistik dengan *principal component analysis* (PCA). Hanya faktor yang memiliki *eigen value* sama dengan atau lebih besar dari 1 (satu) yang dipertahankan dalam model analisis faktor, sedangkan yang lainnya dikeluarkan dari model.

4. Rotasi faktor

Hasil dari ekstraksi faktor dalam matrik faktor mengindikasikan hubungan antara faktor dan variable individual namun dalam faktor-faktor tersebut terdapat banyak variable yang berkorelasi, sehingga sulit diinterpretasikan. Melalui rotasi factor matrik, matrik faktor ditransformasi ke dalam matrik yang lebih sederhana sehingga mudah untuk diinterpretasikan. Rotasi faktor dengan menggunakan prosedur *varimax*.

5. Interpretasi faktor

Interpretasi faktor dilakukan dengan mengklasifikasikan variable yang mempunyai faktor *loading* yang tinggi ke dalam faktor yang bersangkutan. Untuk interpretasi hasil penelitian ini faktor *loading* minimum 0,50 variabel dengan factor *loading* kurang dari 0,50 dikeluarkan dari model.

6. Model fit (ketepatan model)

Tahap akhir dari analisis faktor adalah untuk mengetahui ketepatan dalam memilih teknik analisis faktor (*principal component analysis*). Untuk mengetahuinya dengan melihat jumlah *residual* (perbedaan) antara korelasi yang diamati dengan korelasi yang direproduksi, semakin kecil prosentasenya maka semakin tepat penentuan teknik tersebut.