

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Bentuk Penelitian

Dalam bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dalam permasalahan asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Penelitian ini akan membentuk suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan atau meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Toko ABC Bogor. Jalan Dewi Sartika Pasar Anyar Kota Bogor. Dengan waktu penelitian dilakukan dari Bulan September 2018 sampai dengan selesai.

C. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data asli atau data mentah yang langsung penulis peroleh dari penelitian di lapangan. Menurut Sugiyono (2017:199). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan.

D. Variabel Penelitian

Variabel digunakan untuk memudahkan suatu penelitian sehingga bermula pada tujuan yang jelas. Variabel yang terlibat dalam penelitian ini adalah produk, harga, dan lokasi sebagai variabel independen. Keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel bebas yang dapat mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lainnya. Variabel independennya yaitu produk (X_1), harga (X_2) dan lokasi (X_3).

2. Variabel dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y) yaitu proses keputusan membeli produk pada Toko ABC bukan sekedar mengetahui berbagai faktor yang akan mempengaruhi pembeli, tetapi berdasarkan peranan dalam pembelian dan keputusan untuk membeli produk pada Toko ABC. Adapun dalam keputusan membeli yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif dan keputusan pasca pembelian.

E. Definisi Operasional Variabel

Untuk memudahkan pelaksanaan penelitian ini dan agar penelitian tidak terlalu luas maka dibuat definisi operasional sebagai berikut:

Tabel 3
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Produk (X ₁)	Menurut Tjiptono dalam Yosia (2015:2040) menjelaskan bahwa Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, dan dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.	1. Sesuai dengan keinginan dan kebutuhan 2. Mempertimbangkan kualitas produk 3. Mempertimbangkan model dan merek.	Likert
Harga (X ₂)	Harga adalah bauran harga berkenaan dengan strategi dan taktis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan (Tijptono dalam Sandy, 2015:302).	1. Keterjangkauan Harga. 2. Kesesuaian Harga. dengan Produk. 3. Daya saing Harga. 4. Kesesuaian Harga dengan manfaat.	Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Lokasi (X ₃)	Menurut Kotler dan Amstrong (2012:92) menyatakan bahwa “ <i>Place</i> (tempat) atau lokasi yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran”.	1. Lahan parkir yang memadai. 2. Kedekatan lokasi dengan pusat keramaian. 3. Kenyamanan lingkungan. 4. Mudah dijangkau.	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Pengambilan keputusan Menurut Setiadi dalam Rizky (2015:740) adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.	1. Pemilihan produk. 2. Pilihan merek. 3. Waktu pembelian. 4. Ketersediaan barang yang beragam	Likert

F. Populasi dan Sample

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:115) populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli produk pada Toko ABC yang setiap harinya diasumsikan tidak diketahui jumlah konsumennya maka akan mengambil beberapa sample.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sample yang diambil dari populasi itu.

Untuk pengambilan sampel dilakukan dengan cara *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2010:120). Disamping itu perlu diperhatikan untuk teknik analisis yang digunakan sehingga data yang terkumpul dapat diolah dengan teknik yang tepat (Yusuf, 2017:150). Karena populasinya tidak diketahui, maka besarnya sampel yang diperlukan sangat dipengaruhi

oleh maksimum eror (i) dan derajat kepercayaan dalam penaksiran populasi tersebut. Sehingga besarnya sampel dapat diketahui sebagai berikut (Aaker dan kumar, 2010:53)

a. Besarnya sampel dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{(i)^2}$$

Dimana n adalah jumlah sampel, p adalah proporsi populasi dan Z adalah skor Z pada derajat kepercayaan tertentu serta μ adalah sampling eror. Nilai p selalu berkisar antara 0 - 1 maka besaran $p(1-p)$ dapat dicari sebagai berikut:

$$\text{Jika } P = p(1-p)$$

$$P = P - P^2$$

P maksimum jika

$$= \frac{dp}{dp} = 0$$

$$1 - 2p = 0$$

$$P = 0.5$$

Substitusikan nilai p tersebut dalam rumus sampel persamaan maka diperoleh:

$$n = \frac{2^2 0.5(1 - 0.5)}{\mu^2}$$

$$n = \frac{2^2}{\mu^2}$$

b. Jika derajat kepercayaan ditentukan 95% dengan tingkat kesalahan ($\alpha/2 = 0.025$ diperoleh Z tabel sebesar 1,96) dan nilai μ adalah 10% dengan nilai Z adalah 1,96, maka jumlah sampelnya adalah:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2} = \frac{3,8416}{4(0,1)} = 96,04 = 100$$

Jadi besaran sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebesar 96,04 atau dibulatkan menjadi 100 responden (sampel).

Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* teknik yang menentukan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa representasikan (Sugiyono, 2017:85).

Untuk menentukan kriteria responden penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk sepatu pada Toko ABC Bogor.

G. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner. Kuesioner yaitu penulisan menyebarkan angket yang berupa pernyataan kepada responden. Jenis kuesioner yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner langsung, tipe pertanyaan yang digunakan adalah kuesioner berstruktur dimana responden tinggal memberi tanda atau mengisi skala yang telah di tentukan. Pengukuran variabel dilakukan dengan skala likert sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju(SS)

H. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis Regresi Berganda dengan pengolahan data menggunakan SPSS Statistics 20,0. Adapun tahapan-tahapan Analisis adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Ghazali (dalam Yogi, 2018:48). Uji validitas menggunakan analisis korelasi person, keputusan mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Jika pada tingkat signifikan 5% nilai r hitung $>$ r tabel maka dapat disimpulkan bahwa butir tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan pengukuran konstruk atau variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas. (Ghozali, 2013:48) suatu instrumen dikatakan reliabel, jika:

- a) Koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,6$ maka kuesioner tersebut reliabel.
- b) Koefisien *Cronbach Alpha* $< 0,6$ maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

2. Data Responden

Responden adalah semua orang baik secara individu maupun kolektif yang akan dimintai keterangan yang diperlukan oleh pencari data atau seorang peneliti. Data responden dalam penelitian ini mencakup data seperti umur, jenis kelamin, data yang diambil yaitu data customer orang-orang yang membeli produk sepatu pada Toko ABC Bogor.

3. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif digunakan

untuk mencari *Mean*, *Median*, dan *Modus* dari hasil tabulasi data yang sudah dibuat.

Mean merupakan teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai rata-rata dari kelompok tersebut.

Median yaitu salah satu teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai tengah dari kelompok data yang telah disusun urutannya dari yang kecil sampai yang terbesar atau sebaliknya.

Modus adalah data yang paling sering muncul atau yang memiliki frekuensi terbanyak dalam kelompok tertentu.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil, untuk menguji apakah distribusi variabel pengganggu atau residual normal ataukah tidak. Maka dapat dilakukan analisis grafik atau dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal

Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah regresi diagonal atau grafik histogram, tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013:105) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Metode yang dapat digunakan untuk menguji terjadinya multikoliniearitas dapat dilihat dari matrik korelasi variabel-variabel bebas. Pada matrik korelasi, jika antara variabel terdapat korelasi yang cukup tinggi, maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas. Selain itu dapat juga dilihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Batas dari nilai *tolerance* adalah $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF adalah ≤ 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ke tidak samaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamat lain. Jika *variance* dari residual satu

pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, Maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar). Salah satu cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residual SRESID. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Menurut indriani (2018:296) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam satu model linier ada korelasi antara anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu. Penyimpangan asumsi ini biasanya muncul pada observasi yang menggunakan data time series. Konsekuensi dari adanya autokorelasi dari suatu model regresi adalah varians sampel tidak dapat menggambarkan varians populasinya. Lebih jauh lagi,

model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk menaksir nilai variabel tidak bebas tertentu.

5. Koefisien Korelasi

Analisis kolerasi digunakan untuk menguji tentang ada tidaknya hubungan antara variabel satu dengan yang lainnya. Uji korelasi belum dapat diketahui variabel penyebab dan variabel akibat, dalam analisis korelasi yang diperhatikan adalah arah positif atau negatif dan besarnya hubungan (kekuatan).

Menurut Supardi (2013:161) menyatakan mencari koefisien korelasi r dengan rumus *Pearson product moment* yaitu

$$R_{xy} = \sqrt{\frac{r^2_{y1} + r^2_{y2} + 2r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{12}}{1 - r^2_{12}}}$$

Interprestasi tingkat kekuatan kolerasi menurut Sugiyono (2017:184) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4
Nilai Koefisien Korelasi

Koefisien Kolerasi	Tingkat Kekuatan Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Lemah
0,200 – 0,399	Lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : (sugiyono, 2017:184)

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan salah satu atau lebih variabel independen. Dengan tujuan untuk mengestimasi rata-rata populasi atau nilai rata-

rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2013:96). Hasil dari analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3). Sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y), sehingga persamaan regresi linier bergandanya adalah sebagai berikut:

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi dari produk

b_2 = koefisien regresi dari harga

b_3 = koefisien regresi dari lokasi

X_1 = produk

X_2 = harga

X_3 = lokasi

e = standar error

7. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Menurut Sanusi dalam Yogi (2018:50) uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam regresi variabel independen (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat kepercayaan 95%.

a) Jika nilai signifikan $p \leq 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas.

b) Jika nilai signifikan $p \geq 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel bebas.

b. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F atau uji koefisien regresi secara serentak dan keseluruhan, untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Dilakukan untuk mengetahui pengaruh tersebut secara signifikan. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan:

a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ jadi H_0 diterima

b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ jadi H_0 ditolak.

8. Koefisien Determinasi (R^2)

Fungsi dari koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai (R^2) yang kecil menunjukkan kemampuan variabel independen dalam

menjelaskan variasi variabel dependen yang sangat terbatas. Sanusi (dalam Yogi, 2018:53). (Ghozali, 2013) berpendapat nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Semakin kecil nilai koefisien determinasi berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.