

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik.⁸² Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif, harus terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti mengarahkan pada realita yang berkaitan dengan pengaruh bauran ritel terhadap keputusan pembelian konsumen di sakinah 212 mart Kediri.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan,

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Cetakan Ke-22..., hlm. 8

meramalkan, dan mengontrol suatu gejala.⁸³ Teknik penarikan menggunakan metode survei yaitu penelitian yang dilakukan pada penelitian besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (atau disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku diri sendiri.⁸⁴

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek (orang, kejadian, atau sesuatu) yang mempunyai karakteristik tertentu baik yang konkrit (*tangible*) maupun obyek yang abstrak (*untangible*). Obyek tersebut disebut dengan unit populasi. Banyaknya obyek dari populasi disebut dengan ukuran populasi yang biasanya dilambangkan dengan N. ukuran populasi yang dapat dihitung (*countable*) berapapun besarnya disebut dengan populasi terhingga. Sedangkan ukuran populasi yang sangat besar, sehingga tidak bisa lagi untuk dihitung (*uncountable*), maka populasi ini disebut dengan populasi tak hingga.⁸⁵ Populasi

⁸³ Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*, (Yogyakarta:Teras, 2011), hlm, 63-65.

⁸⁴ Sugiyono, *Metode penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal, 81

⁸⁵ Purpowarsito, *Metode Penelitian Organisasi Dengan Aplikasi Program SPSS*, (Bandung: HUMANIORA, 2008), hal, 92-93.

adalah keseluruhan unit elementer yang parameternya akan diduga melalui statistika hasil analisis yang dilakukan terhadap sampel penelitian. Populasi yang diambil adalah populasi tak terbatas yaitu jumlahnya sulit dihitung.⁸⁶ Berdasarkan definisi diatas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan pembelian di Sakinah 212 Mart Kediri. Menurut keterangan dari kepala toko Sakinah 212 Mart yakni Bapak Mukhtar jumlah rata-rata populasi konsumen Sakinah 212 Mart Kediri berkisar 180 konsumen setiap harinya.⁸⁷

2. Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Secara pengelompokan teknik sampling dibagi menjadi dua, yaitu: *Probability Sampling*, dan *Nonprobability Sampling*.⁸⁸

Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi: *Simple Random Sampling*, *Proportionation Random Sampling*, *Disproportionation Stratified Random*, dan *Area Sampling*.⁸⁹

⁸⁶ Abdurrahman Fathoni, *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hal, 103.

⁸⁷ Wawancara dengan bapak Mukhtar Hasan , tanggal 31 Oktober 2018 di Sakinah 212 Mart Kediri

⁸⁸ Sugiyono, *Metode penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 121

⁸⁹ *Ibid*, hlm. 121

Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini meliputi: Sampling Sistematis, sampling Kuota, sampling Aksidental, sampling Purposive, Jenuh, Snowball. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampelnya menggunakan *Non probability sampling* dengan kategori Aksidental Sampling. Teknik Aksidental sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Bila dipandang orang yang secara kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁹⁰

3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *Non probability sampling* yaitu Akisdental Sampling dengan menggunakan rumus *Slovin*. Menurut Sugiyono, *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁹¹

Besarnya sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan rumus Slovin sebagai berikut:

⁹⁰ Sugiyono, *Metode penelitian Manajemen*hlm. 125

⁹¹ Sugiyono, *Metode penelitian Manajemen*hlm. 62.

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

Dimana :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*). Misalnya 5% atau 10%

populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 180 orang dan tingkat batas toleransi kesalahan ditetapkan atau tingkat signifikansi sebesar 5%, maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah :

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

$$n = \frac{180}{1 + 180 \times 0,05^2}$$

$$n = \frac{180}{1 + 180 \times 0,0025}$$

$$n = \frac{180}{1 + 0,45}$$

$$n = \frac{180}{1,45} = 124,1 \text{ dibulatkan menjadi } 125 \text{ responden}$$

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya

1. Sumber data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang

dilakukan dilapangan, dengan kata lain data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli atau pertama, tidak tersedia dalam bentuk kompilasi atau dalam bentuk file-file, data harus dicari melalui narasumber atau responden.⁹² Teknik yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuesioner yang merupakan tehnik pengumpulan data dnegan cara memperoleh data dari responden dengan mengutarakan atau mengajukan beberapa pertanyaan tertulis kepada masyarakat. Data primer didapat langsung dari responden dengan cara menyebar kuesioner kepada konsumen Sakinah 212 Mart Kediri

2. Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Secara toeritis variabel akan didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek yang lain. Variabel juga merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.⁹³ Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu :

a. Variabel bebas (*independent*)

Variabel bebas (*independent variabel*) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan mempunyai hubungan yang positif atau negative. Jika ada variabel

⁹² Jonathan Sarwono, *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm, 8.

⁹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), hlm. 31.

bebas, maka ada pula variabel terikat, dengan kenaikan setiap unit variabel bebas, terdapat pula kenaikan dalam variabel terikat, begitupun sebaliknya.⁹⁴ Dengan kata lain bahwa varians variabel terikat ditentukan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah Lokasi (X1), Produk (X2), Harga (X3), Promosi (X4), Pelayanan (X5), Atmosfer Toko (X6).

b. Variable terikat (*dependent*)

Variabel terikat (*dependent variabel*) menjadi perhatian utama (sebagai faktor yang berlaku dalam pengamatan) dan sekaligus menjadi sasaran dalam penelitian. Melalui analisis (menjelaskan variabilitasnya, memprediksinya atau yang lainnya) akan menemukan solusi atas pemecahan masalah yang diangkat. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah keputusan konsumen dalam membeli.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran penelitian merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan dua kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrument tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif.⁹⁵

⁹⁴ Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hlm, 37.

⁹⁵ *Op.cit.*, Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, hlm, 84.

Dalam mengetahui pendapat responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sudah diajukan. Maka digunakanlah kuesioner sebagai alat pengumpulan data merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang berguna untuk memperoleh informasi dari responden. Dalam hal ini maka digunakan pendekatan skala likert. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut:⁹⁶

Tabel 3.1
Skala Likert

Bobot	Kategori
5	Sangat setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak setuju
1	Sangat tidak setuju

Sumber: syofian siregar (2010)

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrument Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan teknik Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulandata yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner

⁹⁶ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 138.

merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti tahu dengan pasti variabel apa yang akan diukur dan tahu apa yang akan diharapkan dari responden. Selain itu kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah reponden cukup besar dan tersebar diwilayah yang luas.⁹⁷

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah semua alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah, atau mengumpulkan, mengelola, menganalisis dan meyajikan data-data secara sistematis serta objektif dengan tujuan memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis. Berikut adalah intrumen penelitian yang gunakan oleh peneliti:

Tabel 3.2
Intrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan
Lokasi (Ma'ruf : 2005; 115)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat parkir yang memadai 2. Lalu lintas kendaraan 3. Lokasi strategis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena tempat parkir yang memadai 2. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena berada di lalu lintas kendaraan (pinggir jalan raya) 3. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena lokasi toko ritel yang strategis mudah dijangkau
Produk (Ma'ruf , 2005; 135)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ragam Jenis barang 2. Ketersediaan barang 3. Kualitas barang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena produk yang dijual terdiri dari beragam jenis barang 2. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena ketersediaan barang yang dibutuhkan

⁹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), hlm. 135

		3. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena kualitas barang yang terjamin
Harga (Ma'ruf , 2005:155)	1. Harga barang 2. Perbandingan harga 3. Potongan harga 4. Harga sesuai kualitas produk	1. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena harga barang sesuai harapan 2. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena adanya perbandingan harga dengan toko ritel yang lain 3. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena adanya potongan harga 4. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena harga produk sesuai dengan kualitas produk
Promosi (Ma'ruf , 2005:179)	1. <i>Periklanan</i> 2. <i>Sales promotion</i> 3. <i>Personal selling</i> 4. <i>Publik relations</i>	1. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena iklan yang dipasang (media offline dan online) 2. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena adanya sales <i>promotion</i> 3. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena adanya penjualan langsung oleh pramuniaga (<i>personal selling</i>) 4. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena toko ritel memiliki hubungan yang baik dengan publik atau masyarakat
Pelayanan (Foster, 2008: 53)	1. Nyaman 2. Menyenangkan 3. Ramah	1. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena pelayanan yang nyaman 2. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena pelayanan yang menyenangkan 3. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena adanya pelayanan yang ramah
Suasana toko (Foster, 2008:61)	1. Eksterior 2. Interior 3. Tata letak 4. Fasilitas 5. Penempatan barang	1. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena desain eksterior yang menarik 2. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena desain interior yang membuat betah berlama-lama 3. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena tata letak toko

		yang rapi dan pas 4. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena fasilitas yang disediakan lengkap 5. Membeli barang di Sakinah 212 mart Kediri karena penempatan barang yang mudah dicari
--	--	---

E. Teknik Analisis Data

1 Uji Validitas

Uji nvaliditas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik, maka sebelum dilakukan uji statistik terlebih dahulu data yang diperoleh harus dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas agar hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel.⁹⁸

Validitas berhubungan dengan apakah suatu variabel mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi atau pasti sebenarnya yang diukur.⁹⁹

Suatu skala dianggap valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini tehnik yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari pearson yaitu:

⁹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2005), hlm, 257.

⁹⁹ Sitinjak sugiyarto, *Lisrel*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm, 70.

Rumus Product Moment:

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

Dimana:

X = Pertanyaan nomor tertentu

Y = skor total

N = Jumlah Responden

Uji hipotesis untuk validitas tiap butir pertanyaan suatu angket adalah sebagai berikut :

H_0 = Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktornya

H_1 = Skor butir berkorelasi negatif dengan skor faktornya

Dengan tingkat signifikan 5% dengan hasil $R_{hasil} \leq R_{tabel}$ = maka H_0 tidak ditolak, sedangkan jika $R_{hasil} \geq R_{tabel}$ = maka H_1 butir pertanyaan valid.

Dapat disimpulkan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan batas kevalidan dan keshohihan suatu instrument. Oleh karena itu, validitas logis sangat dipengaruhi oleh kemampuan peneliti dalam memahami masalah penelitian, mengembangkan variabel penelitian serta menyusun kuesioner. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah

membandingkan nilai r hitung dengan table untuk degree of freedom (df)= $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel.¹⁰⁰

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran tetap konsisten, apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih mengenai gejala yang sama dan alat pengukur yang sama.¹⁰¹ Untuk mengetahui reliabilitas dari instrumen tentang bauran ritel dalam mempengaruhi konsumen berbelanja di Sakinah 22 Mart Kediri, maka peneliti menggunakan reliabilitas internal dengan menggunakan rumus alpha. Sebab dalam penelitian ini instrumen yang akan dicari reliabilitasnya adalah berbentuk angket dan mempunyai skala 1-5.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Formula *Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan program IBM SPSS Statistcs 25

Reliabilitas suatu kontruk variabel dapat dikatakan baik jika memiliki *Alpha Cronbach's* lebih dari 0,60. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Triton, jika skala di kelompokkan menjadi lima kelas dalam ring yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

¹⁰⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), hal. 45.

¹⁰¹ Syofian Siregar, Fandy Hutari, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17, Ed. 1, Cet. 2*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal.153

- a. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- b. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- c. Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- d. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- e. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.¹⁰²

3. Analisis Faktor

Analisis faktor adalah salah satu analisis yang banyak digunakan pada statistik multivariat. Analisis faktor pertama kali dikenalkan oleh Spearman (1904) dengan tujuan utama analisis faktor adalah menjelaskan hubungan diantara banyak variabel dalam bentuk beberapa faktor, faktor-faktor tersebut merupakan besaran acak (*random quantities*) yang dapat diamati atau diukur secara langsung. Kegunaan utama analisis faktor ialah melakukan pengurangan data atau dengan kata lain melakukan peringkasan sejumlah variabel yang akan menjadi kecil jumlahnya. Pengurangan dilakukan dengan menggunakan interdependensi beberapa variabel yang dapat dijadikan satu yang disebut dengan faktor. Sehingga ditemukan variabel-variabel atau faktor yang dominan atau penting untuk dianalisis lebih lanjut.¹⁰³

Analisis faktor adalah jenis analisis yang digunakan untuk mengenali dimensi-dimensi pokok atau keteraturan dari sebuah fenomena.

¹⁰² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya, 2009), hal.97

¹⁰³ Jonathan Sarwono, *metode penelitian kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006) hlm 202

Tujuan umum dari analisis faktor adalah untuk meringkas kandungan informasi variabel dalam jumlah yang besar menjadi sebuah faktor yang lebih kecil.¹⁰⁴ Tujuan statistik dari analisis faktor ini adalah untuk menentukan kombinasi linier dari beberapa variabel yang akan membantu dalam meneliti hubungan saling keterkaitan.

metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor, yakni suatu analisis yang dapat menyederhanakan faktor yang beragam dan kompleks pada variabel yang diamati dengan menyatukan faktor atau dimensi yang saling berhubungan atau mempunyai korelasi pada suatu struktur data yang baru yang mempunyai faktor lebih kecil. Tujuan analisis faktor dalam penelitian ini adalah untuk mengkonfirmasi bahwa indikator yang dibuat sudah tepat atau indikator tersebut dapat menjelaskan variasi dari faktor yang terbentuk. Lebih lanjut Ghazali menjelaskan bahwa asumsi analisis faktor menghendaki bahwa matrik data harus memiliki korelasi yang cukup agar dapat dilakukan analisis faktor. Jika berdasarkan data visual tidak ada nilai korelasi yang di atas 0.30, maka analisis faktor tidak dapat dilakukan.¹⁰⁵

a) Proses Utama Analisis aktor

- 1) Menentukan faktor apa saja yang akan dianalisis *Barlet Test of Sphericity* yaitu suatu uji statistik yang dipergunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel tidak saling berkorelasi (*uncorrelated*) dalam populasi. Dengan perkataan lain matrix

¹⁰⁴ Mudrajat kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta : Erlangga ; 2009) hlm.263.

¹⁰⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariatif dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hal, 394.

korelasi populasi merupakan matriks identitas (*identity matrix*), dimana setiap variabel berkorelasi dengan dirinya sendiri secara sempurna dengan $r = 1$ akan tetapi sama sekali tidak berkorelasi dengan lainnya $r = 0$, jadi elemen pada diagonal utama matrix semua nilainya 1, sedangkan di luar diagonal utama nilainya nol ($r_{ij} = 1$ kalau $i = j$ dan $= 0$ kalau $i \neq j$)

- 2) Uji *Kaiser-Mayer-Olkin* (KMO) untuk mengetahui kecukupan sampel atau pengukuran kelayakan sampel. Uji KMO dan *Barrlett Test* memiliki beberapa ketentuan, yaitu angka KMO (*Kaiser-Mayer-Olkin*) haruslah berada di atas 0.5 dan signifikansi harus berada di bawah 0.005.

$$KMO = \frac{\sum \sum r_{ij}^2}{\sum \sum r_{ij}^2 + \sum \sum r_{ij}^2} \text{ untuk } i \neq j$$

Keterangan :

- (a) r_{ij}^2 = koefisien korelasi antara variabel i dan variabel j
 (b) α_{ij}^2 = koefisien korelasi parsial antara variabel i dan variabel j
 (c) ukuran KMO ini merupakan indeks untuk membandingkan besarnya koefisien korelasi dengan besarnya koefisien korelasi parsial, skala nilai antara lain :

- (1) $KMO \leq 0,9$ = Menyatakan sangat memuaskan
- (2) $0,8 \leq KMO < 0,9$ = Menyatakan sangat baik
- (3) $0,7 \leq KMO < 0,8$ = Menyatakan baik
- (4) $0,6 \leq KMO < 0,7$ = Menyatakan cukup memuaskan

(5) $0,5 \leq KMO < 0,6$ = Menyatakan jelek

(6) $KMO \leq 0,5$ = Menyatakan ditolak

- 3) Uji MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) yaitu untuk mengukur kecukupan sampling untuk tiap variabel individual. Ketentuan apabila $MSA = 1,0$ variabel tersebut dapat diprediksikan tanpa kesalahan oleh variabel lain, $MSA > 0,5$ variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut dan apabila $MSA < 0,5$ variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut atau harus dikeluarkan. MSA merupakan indeks untuk mengukur kecukupan sampling untuk setiap variabel individual.

$$MSA = \frac{\sum r_{ij}^2}{\sum r_{ij}^2 + \sum a_{ij}^2}$$

Angka MSA diinterpretasikan dengan kriteria :

$MSA = 1,0$ = variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.

$MSA > 0,5$ = variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut. $MSA \leq 0,5$ = variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut atau harus dikeluarkan.

- 4) Setelah sejumlah variabel yang memenuhi syarat didapat, kegiatan berlanjut ke proses inti pada analisis faktor, yakni *factoring*, proses ini akan mengekstrak satu atau lebih faktor

dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya.

- 5) Melakukan proses *factor rotation* atau rotasi terhadap faktor yang telah terbentuk. Beberapa metode rotasi :
 - (a) Rotasi *Orthogonal* yaitu memutar sumbu 90 derajat. Proses rotasi orthogonal dibedakan lagi menjadi *Quartimax*, *Varimax*, dan *Equamax*.
 - (b) Rotasi *Oblique* yaitu memutar sumbu kekanan, tetapi tidak harus 90 derajat. Proses rotasi *oblique* dibedakan lagi menjadi *Oblimin*, *Promen*, dan *Orthoblique*. Pemilihan metode rotasi didasarkan pada kebutuhan khusus masalah penelitian.
- 6) Interpretasi faktor Interpretasi faktor dilakukan dengan cara mengelompokkan variabel yang mempunyai *factor loading* yang tinggi ke dalam faktor tersebut. Bila salah satu indikator memiliki *factor loading* $< 0,5$ maka item tersebut tidak disertakan dalam uji analisis berikutnya.
- 7) Penamaan atas nama yang terbentuk dengan cara menentukan berdasarkan makna umum variabel yang tercakup didalamnya atau pada nama-nama faktor yang menjadi atau mendominasi pada suatu kelompok faktor tersebut.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependent, variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.¹⁰⁶ Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan pada penelitian berdistribusi normal, mendekati normal, atau tidak. Apakah hasil uji menunjukkan data berdistribusi normal, maka analisis parametrik (statistik inferensial) termasuk analisis regresi dapat digunakan.

Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan *Kolmogorof Smirnov Test*. Data berdistribusi normal apabila nilai *asymptotic significance* $> 0,05$. Jika variabel penelitian memiliki tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%, maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian tersebut berdistribusi normal.¹⁰⁷

b. Uji Heterokedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menganalisis apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Kita dapat melihatnya dari grafik

¹⁰⁶ Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Pemasaran* (Malang : Uin Maliki Press,2011) hlm 179

¹⁰⁷ Sofyan yamin dan Heri kurniawan, *Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*, (Jakarta: SALEMBA INFOTEK, 2009), hlm. 195

plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Dasar analisis yang digunakan adalah: jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu atau teratur maka mengindikasikan telah terjadi Heterokedastisitas. Sebaliknya bila titik-titik yang ada menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedasrisitas.¹⁰⁸

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasinya antar sesama variabel bebas lain sama dengan nol.

Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance inflation factor (VIF)*, nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas diantara variabel bebasnya.¹⁰⁹

¹⁰⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*,(Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), hlm 36

¹⁰⁹ *Ibid.* hlm. 35

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah korelasi antar data dalam variabel penelitian pada periode t dengan periode sebelumnya ($t-1$) pada model regresi. Apabila terdapat korelasi, maka terdapat problem autokorelasi. Persamaan regresi yang baik adalah persamaan yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak layak dipakai untuk prediksi. Secara sederhana, analisis regresi digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dari itu boleh terdapat korelasi antara data penelitian dengan data penelitian sebelumnya. Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson (DW Test).

Tabel 3.3
Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Nilai Statistik d	Hipotesis Nol	Keputusan
$0 < d < d_l$	Tidak ada autokorelasi positif	Tolak
$d_l \leq d \leq d_u$	Tidak ada autokorelasi positif	<i>No decision</i>
$4 - d_l < d < 4$	Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak
$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$	Tidak ada autokorelasi negatif	<i>No decision</i>
$d_u < d < 4 - d_u$	Tidak ada autokorelasi positif dan negatif	Tidak ditolak

Sumber: Imam Ghozali, 2011

5. Uji regresi linear berganda

Uji ini digunakan untuk meramalkan suatu keadaan (naik turunnya) variabel dependen apabila dua atau lebih variabel independen sebagai

faktor prediktor yang dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya).¹¹⁰ Model persamaan regresi linear berganda sebagaimana berikut:¹¹¹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + e$$

$$\text{Keputusan pembelian} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Dimana,

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi masing-masing variabel

X₁ = lokasi

X₂ = produk

X₃ = harga

X₄ = promosi

X₅ = pelayanan

X₆ = suasana toko

e = *Error term* (variabel pengganggu) atau residual

6. Uji hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui dugaan sementara apakah terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Pengujian ini menggunakan uji signifikansi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), baik secara parsial dengan menggunakan uji t maupun simultan dengan uji F.

¹¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm. 210-211.

¹¹¹ Imam Ghazali, *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009) hlm. 149.

a. Pengujian secara parsial (Uji - t)

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen atau bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen atau terikatnya. Uji berarti (bi) dilakukan dengan statistik t. Hal ini digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari independennya.

$H_0 : b_i = 0$, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X1) terhadap variabel dependen (Y)

$H_1 : b_i \neq 0$, maka terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X1) terhadap variabel dependen (Y).

Adapun kriteria dari pengujiannya yaitu:

- 1) Taraf signifikansi $\alpha = 5\%$. Asumsinya, apabila probabilitas t lebih besar dari 0,05, maka tidak terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, begitu pula sebaliknya.
- 2) Membandingkan nilai t tabel dengan nilai t hitung, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:¹¹²
 - a) Jika t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak.
 - b) Jika t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima.

¹¹² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS,...*, hlm. 98-99.

b. Uji secara simultan (uji F)

Uji F memiliki tujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau terikat. Hipotesis yang dirumuskan ialah sebagaimana berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, Artinya, tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel dependen

$H_1 : b_1 = b_2 \neq b_3 \neq 0$, Artinya, secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Adapun kriteria pengujiannya ialah sebagaimana berikut: ¹¹³

- 1) Taraf signifikansi $\alpha = 5\%$. Asumsinya, apabila probabilitas t lebih besar dari 0,05, maka tidak terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, begitu pula sebaliknya.
- 2) Membandingkan nilai F tabel dengan nilai F hitung, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:
 - a) Jika F hitung $>$ F tabel, maka H_0 di tolak.
 - b) Jika F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima.

7. Pengujian koefisien Determinan R^2

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik atau jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel

¹¹³ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm. 154.

dependen.¹¹⁴ Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) sampai dengan satu (1). Nilai R^2 yang mendekati 0 memberikan arti bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas (perubahan variabel terikat dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar variabel yang diteliti). Apabila nilainya mendekati 1 memiliki arti bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen (variabel bebas memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel terikat).

¹¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS...* hlm. 83.