

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.⁵⁸ Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian dengan pendekatan kuantitatif memusatkan perhatiannya pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yaitu variabel. Dalam pendekatan kuantitatif, hakikat hubungan di antara variabel-variabel dianalisis dengan alat uji statistik dan menggunakan teori yang objektif.⁵⁹

B. Populasi, Teknik Sampling, dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan peneliti dengan tujuan untuk diteliti dan selanjutnya ditarik

⁵⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), hal. 49

⁵⁹ I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), hal. 12

sebuah kesimpulan.⁶⁰ Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah para konsumen yang membeli di toko Bintang Shop Trenggalek.

2. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel berupa teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*. Teknik *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila orang yang kebetulan ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data.⁶¹ Dalam penelitian ini sampelnya yaitu para konsumen yang ditemui secara kebetulan baik yang sedang berbelanja ataupun yang sudah berkali-kali berbelanja di toko Bintang Shop Trenggalek.

3. Sampel

Sampel merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki populasi yang digunakan dalam penelitian. Ukuran sampel

⁶⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), hal. 80

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 121

atau jumlah sampel yang diambil merupakan hal yang penting jika peneliti melakukan penelitian yang menggunakan analisis kuantitatif.⁶² Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* karena populasi belum diketahui. Berikut rumus *Lemeshow* yang digunakan dalam penelitian ini:⁶³

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P(1-p)}{d^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

$Z^2_{1-\alpha/2}$ = Z adalah skor pada $1-\alpha/2$ tingkat kepercayaan

P = Estimasi proporsinya

d = Presisi yang digunakan

Karena jumlah populasinya belum diketahui, maka diperlukan tabel tingkat kepercayaan untuk menentukan besar sampel penelitian. Terdapat 3 tingkat kepercayaan yang bisa digunakan yaitu 90% (1,645), 95% (1,960), dan yang paling tinggi 99% (2,576). Untuk menentukan nilai $p(1-p)$ dapat dilihat melalui tabel:

Tabel 3.1
Nilai P dan P*(1-p)

P	P*(1-p)
0,5	0,25

⁶² *Ibid.*, hal. 81

⁶³ Galih Priyambodo, "Pengaruh *Marketing Public Relations Tools Dbl Academy* terhadap *Brand Awareness* pada Orang Tua yang Memiliki Anak Usia 5-15 tahun di Surabaya", *Jurnal Galih Priyambodo*, Tahun 2019, hal. 10

0,4	0,24
0,3	0,21
0,2	0,16
0,1	0,09

Peneliti memilih nilai P 0,5 dalam menentukan jumlah sampel, menggunakan nilai P 0,5 sudah cukup memenuhi persyaratan untuk menentukan besaran sampel. Presisi yang digunakan adalah 0,05 (d). Berdasarkan rumus *Lemeshow* dihasilkan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,25}{0,005^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel adalah 384,16. Untuk memudahkan perhitungan dalam melakukan penelitian, maka peneliti membulatkannya menjadi 385 orang.

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data menurut cara memperolehnya ada dua yaitu data primer dan data sekunder.⁶⁴ Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui kegiatan observasi, wawancara, kuesioner, ataupun cara lainnya. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lebih lanjut agar memiliki sebuah makna. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner atau angket kepada konsumen di toko Bintang Shop Trenggalek. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari buku, artikel, jurnal, karya ilmiah, dan sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi.

2. Variabel Penelitian

a. Variabel *Independent* atau Variabel Bebas

Variabel *independent*/bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel *dependent*/terikat. Terdapat tiga variabel *independent*/bebas dalam penelitian ini, variabel itu diantaranya adalah harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan.

b. Variabel *Dependent* atau Variabel Terikat

Variabel *dependent*/terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent*/bebas. Variabel *dependent*/terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

⁶⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), hal. 89

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai dasar dalam menentukan seberapa panjang interval yang ada pada alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Kuesioner merupakan salah satu alat untuk mengumpulkan data dalam sebuah penelitian. Dalam kuesioner berisi berbagai pertanyaan ataupun pernyataan yang diajukan kepada responden dalam proses penelitian. Selanjutnya diperlukan skoring untuk memudahkan proses penilaian. Dalam penelitian ini penentuan skoring menggunakan pendekatan dengan skala *likert*. Skala *likert* ini digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, serta persepsi individu ataupun kelompok tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan tolak ukur dalam menyusun pertanyaan maupun pernyataan.⁶⁵ Adapun pengukuran indikator dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Bobot Penelitian Jawaban Kuesioner

No.	Jenis Jawaban	Bobot
1.	Sangat Setuju = SS	5
2.	Setuju = S	4
3.	Netral = N	3
4.	Tidak Setuju = TS	2

⁶⁵ *Ibid.*, hal. 102

5.	Sangat Tidak Setuju = STS	1
----	---------------------------	---

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung dan melakukan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang terlihat pada objek penelitian.⁶⁶

b. Wawancara

Wawancara yaitu menggali data secara lisan. Dilakukan secara mendalam agar mendapatkan data yang valid dan detail.⁶⁷

c. Kuesioner atau Angket

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang cukup efisien jika peneliti sudah tahu dengan pasti variabel yang akan diukur serta tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.⁶⁸

d. Studi Kepustakaan

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku, literatur, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini, serta penelitian terdahulu

⁶⁶ *Ibid.*, hal. 94

⁶⁷ *Ibid.*, hal. 94

⁶⁸ *Ibid.*, hal. 94

yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Menurut Martono, studi pustaka dilakukan guna memperkaya pengetahuan mengenai berbagai konsep yang akan digunakan sebagai dasar atau pedoman dalam proses penelitian.⁶⁹

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yaitu pedoman tertulis mengenai wawancara, pengamatan, daftar pertanyaan ataupun pernyataan yang dipersiapkan untuk memperoleh informasi dari responden.⁷⁰ Dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan peneliti untuk memperoleh data sehingga kegiatan pengumpulan data menjadi lebih sistematis dan lebih mudah.

Tabel 3.3
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Referensi
Harga (X1)	Menurut Kotler, indikator harga adalah sebagai berikut: a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat	Suri Amalia dan M. Oloan Asmara Nst, "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa", <i>Jurnal Manajemen dan Keuangan</i> , Vol. 6, No. 1, 660-669, Tahun 2017
Kelengkapan	a. Keragaman produk yang	Enos Korowa, Sontje Sumayku,

⁶⁹ Dwi Perwitasari W., Karnadi, dan Azimatul Umami, "Pengaruh Keragaman Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Sinar Harapan di Kabupaten Situbondo", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth*, Vol. 18, No. 1, 52-67, (Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo, 2020), hal. 57

⁷⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), hal. 123

Produk (X2)	<ul style="list-style-type: none"> dijual b. Variasi produk yang dijual c. Ketersediaan produk yang dijual d. Macam merek yang tersedia 	dan Sandra Asaloei, “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)”, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6, No. 3, 27-34, Tahun 2018
Kualitas Pelayanan (X3)	<p>Menurut Parasuraman, ada 5 indikator kualitas pelayanan, yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. <i>Tangibles</i> (Bukti fisik) b. <i>Reliability</i> (Keandalan) c. <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap) d. <i>Assurance</i> (Jaminan) e. <i>Emphaty</i> (Empati) 	Denny Aditya Rachman, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus)”, Diponegoro Journal of Social and Political Science, dalam https://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/ , Tahun 2017
Keputusan Pembelian (Y)	<p>Menurut Thomson, indikator keputusan pembelian yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Sesuai kebutuhan b. Mempunyai manfaat c. Ketepatan dalam membeli produk d. Pembelian berulang 	Yuliana, Junaidi, dan Safwan Kamal, “Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan dalam Peningkatan Transaksi”, JIM, Vol. 2, No. 2, 53-70, Tahun 2020

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yaitu cara mengolah data yang telah diperoleh dari lapangan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif. Alat yang digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini menggunakan program komputer

SPSS 16 dan Eviews 10. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Realibilitas

- a. Uji Validitas

Menurut Haryono dan Octavia, validitas memiliki arti yaitu sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya instrumen yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas dapat diketahui dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (valid). Dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak valid).⁷¹

- b. Uji Reliabilitas

Menurut Indrawan Yaniawati, reliabilitas yaitu untuk mengukur kehandalan instrumen yang digunakan dalam penelitian. Pengukuran dapat dikatakan handal apabila pengukuran tersebut memberikan hasil yang konsisten/stabil (tidak berubah-ubah). Menurut Ghozali, dalam mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Jika hasil dari koefisien $\alpha > 0,60$ maka kuesioner dinyatakan reliabel. Dan

⁷¹ Desi Wahyuni, Skripsi: “Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen di Suzuya Mall Kota Banda Aceh” (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020), hal. 53

jika hasil dari koefisien $\alpha < 0,60$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel.⁷²

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui bahwa data yang digunakan terdistribusi secara normal atau tidak. Menurut Ghozali, normalitas suatu data tidak terlalu penting, tetapi data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Menurut Priyatno, uji normalitas itu penting karena dengan normalnya suatu data maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi.⁷³ Jadi model regresi dapat dikatakan baik jika memiliki distribusi data normal atau yang mendekati normal.

b. Uji Multikolinearitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antar variabel *independent*/bebas. Model regresi yang baik yaitu yang terbebas dari korelasi diantara variabel *independent*/bebas.⁷⁴ Pendeteksian ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai VIP. VIP (*Variance Inflation Factor*) yaitu faktor yang mengukur seberapa besar kenaikan ragam dari koefisien penduga regresi dibandingkan variabel *independent*/bebas yang orthogonal jika dihubungkan

⁷² *Ibid.*, hal. 54

⁷³ Angrita Denziana, Indrayenti, dan Ferdinan Fatah, "Corporate Financial Performance Effects Of Macro Economic Factors Against Stock Return", *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, Vol. 5, No. 2, 17-40, (Universitas Bandar Lampung, 2014), hal. 23

⁷⁴ *Ibid.*, hal. 23

secara linear.⁷⁵ Jika nilai $VIP < 10$ maka model regresi dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Menurut Priyatno, uji heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama ada pada semua pengamatan di dalam model regresi. Dimana model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.⁷⁶

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu analisis regresi yang menjelaskan hubungan antara variabel *independent*/bebas dengan variabel *dependent*/terikat. Persamaan regresi linear berganda yang dipakai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X1 = Harga

X2 = Kelengkapan Produk

⁷⁵ Eko Supriyadi, Scolastika Mariani, dan Sugiman, "Perbandingan Metode *Partial Least Square* (PLS) dan *Principal Component Regression* (PCR) untuk Mengatasi Multikolinearitas pada Model Regresi Linear Berganda", *UNNES Journal of Mathematics*, Vol. 6, No. 2, 117-128, (Universitas Negeri Semarang, 2017), hal. 118

⁷⁶ Angrita Denziana, Indrayenti, dan Ferdinan Fatah, "Corporate Financial Performance Effects Of Macro Economic Factors Against Stock Return", *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, Vol. 5, No. 2, 17-40, (Universitas Bandar Lampung, 2014), hal. 23

X3 = Kualitas Pelayanan

b1 = Koefisien Harga

b2 = Koefisien Kelengkapan Produk

b3 = Koefisien Kualitas Pelayanan

e = Standart Error/variabel lain yang tidak diuji

4. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan bahwa dugaan terhadap sesuatu adalah benar. Uji hipotesis merupakan proses yang dilakukan untuk mengambil keputusan dari dua hipotesis yang berlawanan. Rumusan hipotesis akan mengakibatkan salah satu bernilai benar dan yang lainnya bernilai salah.⁷⁷

a. Uji F (Simultan)

Untuk mengetahui apakah variabel *independent*/bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel *dependent*/terikat. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Dasar pengambilan keputusan yang dipakai yaitu apabila nilai $F < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dan apabila nilai signifikansi $F > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima.⁷⁸

b. Uji t (Parsial)

Untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel *independent*/bebas secara individual dalam menerangkan variasi

⁷⁷ Enos Lolang, "Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif", *Jurnal KIB*, Vol. 3, No. 3, 685-695, (Universitas Kristen Indonesia Toraja, 2014), hal. 685

⁷⁸ Kenneth Saudjana, "Analisis Pengaruh Keputusan Konsumen, Harga, Waktu, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli melalui Toko Online", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 53, No. 12, 88-109, (Universitas Tarumanegara, 2016), hal. 95-96

variabel *dependent*/terikat. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Dasar pengambilan keputusan yang dipakai yaitu apabila nilai signifikansi $t < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dan apabila nilai signifikansi $t > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima.⁷⁹

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase perubahan variabel *dependent*/terikat (Y) yang disebabkan variabel *independent*/bebas (X). Semakin besar prosentase R^2 , maka semakin tinggi pula prosentase perubahan variabel Y yang disebabkan variabel X. Dan semakin kecil prosentase R^2 , maka semakin rendah prosentase perubahan variabel Y yang disebabkan variabel X.⁸⁰

⁷⁹ *Ibid.*, hal. 96

⁸⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupres, 2015), hal. 164