

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan berupa pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang dilakukan dengan cara menginvestigasi sebuah fenomena yang akan diteliti dengan menggunakan alat penelitian statistik maupun matematika.⁵⁰

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang terstruktur dan menguantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan.⁵¹ Menurut Kamus Bahasa Indonesia, Penelitian ialah kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum (Tim Penyusun Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008).⁵²

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian survey (lapangan) yaitu penelitian dengan mencari data-data yang valid di lapangan guna

⁵⁰ Muhammad Ramdhan, *Metodologi Penelitian*, (Surabaya: Cipta Media Nusantra, 2021), hal. 6

⁵¹ Muslich Anshori, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Pusat Penerbit dan Percetakan UNAIR, 2009), hal. 13

⁵² Nikolaus Dulu, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, (Sleman: CV Budi Utama, 2019), hal. 3

ditetapkannya hipotesis. Data yang dikumpulkan adalah data berupa angka-angka yang kemudian akan dilakukan pengujian untuk menarik sebuah kesimpulan.⁵³

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁴

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Menurut Nazir (2003), populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan.⁵⁵

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung di pasar Kliwon Tulungagung. Populasi dalam penelitian ini merupakan populasi yang tak terhingga, karena jumlah konsumen yang berkunjung di pasar Kliwon Tulungagung tidak dapat diketahui secara jelas atau pasti.

⁵³ *Ibid.*, hal.6

⁵⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Ilmu-ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 119

⁵⁵ Lijan Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 94

2. Sampling

Dalam penelitian ini penentuan sampel menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dan metode yang digunakan adalah *Accidental Sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, kebetulan dalam konteks ini adalah siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila sampel tersebut cocok digunakan sebagai sumber data.⁵⁶

3. Sampel

Menurut Malhotra (2010), sampel adalah sub kelompok dari elemen dari populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam suatu penelitian. Selanjutnya menurut Sugiyono (1997), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel sering juga disebut “contoh” yaitu himpunan bagian dari suatu populasi.⁵⁷

Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui maka sampel dalam penelitian ini diukur dengan rumus Rao Purba sebagai berikut:⁵⁸

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), hal. 84

⁵⁷ Lijan Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif...*, hal. 95

⁵⁸ Husein Umar, *Metode Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal. 68

Dimana :

n = ukuran sampel

Z = Tingkat distribusi normal dengan taraf signifikan 95% = (1,96)

Moe = *Margin of Error*, atau tingkat kesalahan maksimum yang ditoleransi, biasanya 10%

Sehingga dengan demikian maka jumlah sampel yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{3.8416}{4(0,01)}$$

$$n = \frac{3.8416}{0,04}$$

$$n = 96.04$$

$$n = 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi jumlah sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 responden.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau

pengisian kuisioner yang bisa dilakukan oleh peneliti.⁵⁹ Dalam hal ini data diperoleh dari penyebaran kuisioner kepada responden yaitu konsumem pasar Kliwon Tulungagung.

b. Data Sekunder

Selain data primer, peneliti juga menggunakan data sekunder yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui buku-buku, brosur dan artikel-artikel dari website yang terkait dengan penelitian.⁶⁰ Peneliti menggunakan buku referensi kepustakaan, brosur, website, serta contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Variabel Penelitian

Variabel Penelitian adalah suatu atribut, nilai/sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasi yang terkait dengannya serta ditarik kesimpulannya. Dengan kata lain variabel adalah sesuatu yang mempunyai variasi nilai. Karena dia mempunyai variasi nilai maka dapat diukur Menurut Karlinger (2000) variabel adalah simbol/lambang yang padanya kita lekatkan bilangan atau nilai.⁶¹ Menurut hubungan antar satu variabel dengan

⁵⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hal.42

⁶⁰ *Ibid.*, hal 80

⁶¹ Lijan Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif...*, hal. 45

variabel yang lain secara konsep dalam penelitian, dapat dibedakan menjadi:

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Secara umum variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*). Jadi dapat disimpulkan bahwa perubahan apabila terdapat dua variabel yang saling memiliki hubungan maka variabel bebas merupakan penyebab terjadinya perubahan. Variabel ini disebut juga sebagai variabel prediktor maupun variabel stimulus.⁶²

Penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu Harga (X_1), Keragaman Produk (X_2) dan Lokasi (X_3)

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Secara umum variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi variabel bebas (*independent variable*). Jadi dapat disimpulkan bahwa perubahan apabila terdapat dua variabel yang saling memiliki hubungan maka variabel terikat disebabkan karena terjadinya perubahan. Penyebutan lain variabel ini adalah variabel output maupun variabel kriteria.⁶³

Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y)

⁶² Muslich Anshori, *Metodologi...*, hal. 56

⁶³ *Ibid.*, hal. 56

c. Skala Pengukuran

Pada penelitian ini data didapatkan dari hasil pengisian kuisisioner (angket) yang disebarakan kepada konsumen pasar Kliwon Tulungagung yang memenuhi kriteria penelitian.

Penggunaan kuisisioner dilakukan dengan cara melingkari skor yang ditetapkan dan kuesisioner penelitian ini menggunakan Skala Likert. Pengukuran variabel dijabarkan menjadi beberapa indikator. Indikator berguna sebagai kisi-kisi untuk menyusun pernyataan maupun pertanyaan. Skor yang disedian untuk mengisi jawaban adalah angka 1 sampai 5.⁶⁴

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara penyebaran angket atau kuisisioner dan dokumentasi. Angket (kuisisioner) merupakan teknik pengumpulan data utama (primer)

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal. 93

sedangkan dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data pendukung (sekunder).

a. Angket atau Kuisisioner

Angket atau kuisisioner merupakan hal umum yang dilakukan pada penelitian survey. Kuisisioner (angket) adalah alat ukur disebarkan kepada responden untuk memperoleh data dari pertanyaan maupun pernyataan yang telah ditetapkan oleh peneliti.⁶⁵

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Teknik ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa latar belakang kantor, tugas pokok dan tata kerja, struktur organisasi, presentasi, serta data lain yang mendukung.⁶⁶

2. Instrumen Penelitian

Agar penelitian ini mendapatkan hasil optimal maka peneliti harus merancang instrumen penelitian. Rancangan instrumen penelitian ini memiliki tujuan untuk menggambarkan hubungan variabel penelitian dengan teori serta data yang diambil. Instrumen penelitian banyaknya

⁶⁵ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif : Quantitative Research Approach*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 22-86

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal. 162

sama dengan jumlah variabel yang digunakan. Penelitian ini menggunakan variabel bebas berupa Harga, Keragaman Produk dan Lokasi. Untuk variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian.

Tabel 3.1

Kisi-kisi Instrumen

No.	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Harga (X ₁)	<ul style="list-style-type: none"> - Keterjangkauan harga - Harga sesuai dengan daya beli - Kesesuaian harga dengan kualitas produk - Kesesuaian harga dengan manfaat 	Skala Likert
2.	Keragaman Produk (X ₂)	<ul style="list-style-type: none"> - Variasi merk produk - Variasi kelengkapan produk - Variasi ukuran produk - Variasi kualitas produk 	Skala Likert
3.	Lokasi (X ₃)	<ul style="list-style-type: none"> - Strategis - Keterjangkauan lokasi - Kelancaran akses menuju lokasi 	Skala Likert

		- Tersediaanya fasilitas umum	
4.	Keputusan Pembelian (Y)	- Tujuan dalam membeli sebuah produk - Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merk - Memberikan rekomendasi kepada orang lain - Melakukan pembelian ulang	Sakala Likert

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Pengujian dilakukan guna melihat kuisisioner yang ditetapkan telah valid atau tidak.⁶⁷ Uji ini dilakukan perbandingan antara r hitung dan r_{tabel} rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

⁶⁷ Darmadi Duriyanto, dkk., *Model Matriks Konsumen untuk Menciptakan Superior Customer Value*, (Jakarta: Gramedia, 2004), hal. 42

Keterangan:

X = skor dari masing-masing variabel

Y = skor total variabel

N = jumlah sampel terpilih

r_{xy} = hubungan antara variabel X dan Y.

Asumsi penelitian:

$r_{hitung} > r_{tabel} \rightarrow$ valid

$r_{hitung} < r_{tabel} \rightarrow$ tidak valid

b. Uji Realibilitas

Dapat dilakukan dengan menggunakan tahapan analisis Spearman-Brown ⁶⁸:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - \Sigma X\Sigma Y}{\sqrt{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2} \sqrt{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{2 * r_{xy}}{(1 + r_{xy})}$$

Keterangan:

ΣX = total skor ganjil

ΣY = total skor genap

ΣXY = total skor hasil kali ganjil dan genap

ΣX^2 = total skor ganjil kuadrat

ΣY^2 = total skor genap kuadrat

N = jumlah sampel terpilih

r_{xy} = kolerasi antara dua belahan instrumen

⁶⁸ *Ibid.*, hal. 43

r_{11} = reliabilitas instrumen

Kriteria:

$|r_{11}| > r_{\text{tabel}} \rightarrow$ reliabel

$|r_{11}| < r_{\text{tabel}} \rightarrow$ tidak reliabel

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan uji ini yaitu menjelaskan populasi telah berdistribusi normal atau tidak normal maka dilakukan uji normalitas. Selain itu uji normalitas dilaksanakan guna melihat normal atau tidak model regresi dari variabel terikat dan variabel bebas.

Jika data yang diuji tersebar dekat dengan garis diagonal serta arahnya mengikuti garis diagonal berarti data yang diuji berdistribusi serta model regresi pemenuhan asumsi normalitas telah berhasil.⁶⁹

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Santoso (2012), tujuan uji multikolinieritas adalah menguji apakah pada sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antar-variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (Multiko).

⁶⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hal. 80

Uji ini ditetapkan dengan mengacu pada nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai dari tolerance $\geq 0,1$ dan VIF ≤ 10 maka tidak terjadi kolinearitas.⁷⁰

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui dalam sebuah pengamatan ke pengamatan lainnya apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual serta model regresi.⁷¹

d. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan linier atau tidak. Interpretasinya dengan melihat kolom signifikansi pada baris Deviation from Linearity di tabel Anova, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka bersifat linier, dan jika hasilnya < 0.05 maka bersifat tidak linier.⁷²

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar harga, keragaman produk dan lokasi berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian dan menguji hipotesis.

Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

⁷⁰ *Ibid.*, hal.80

⁷¹ *Ibid.*, hal. 105

⁷² Joko Subando, *Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Klaten: Lakeisha, 2021), hal 181

Keterangan :

Y : keputusan pembelian

a : konstanta

X1 : harga

X2 : keragaman produk

X3 : lokasi

e : error (pengganggu)

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t berupa pembuktian ada atau tidak pengaruh dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan asumsi bahwa:

Jika H_0 diterima dan H_1 ditolak serta t hitung $<$ t tabel berarti tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Jika H_0 ditolak dan H_1 diterima serta t hitung $>$ t tabel berarti terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁷³

b. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji F)

Uji F digunakan melihat variabel independen secara bersama-sama dengan variabel dependen terdapat adanya hubungan atau tidak.⁷⁴

⁷³ *Ibid.*, hal. 45

⁷⁴ *Ibid.*, hal. 46

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka menerima H_0 dan menolak H_1 . Artinya variabel harga, keragaman produk dan fasilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di pasar Kliwon Tulungagung.

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka menolak H_0 dan menerima H_1 . Artinya variabel harga, keragaman dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di pasar Kliwon Tulungagung.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan supaya mengetahui seberapa tingkat kemampuan sebuah model merepresentasikan sebuah variasi variabel dependen.

Jika nilai $R^2 < 1$: Tingkat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

Jika nilai $R^2 > 1$: Tingkat kemampuan variabel independen dalam menjabarkan variasi variabel dependen berhasil memberikan informasi yang menyeluruh atau tingginya tingkat informasi.⁷⁵

⁷⁵ *Ibid.*, hal 47-48