

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik.<sup>1</sup> Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya.

##### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini, maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala.<sup>2</sup> Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yakni lokasi, kelengkapan produk, harga dan satu variabel terikat yakni keputusan pembelian.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung; Alfabeta, 2015), hal. 11.

<sup>2</sup> Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian : Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Cet. 4, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 107.

## **B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>3</sup> Pada penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh konsumen Favorit Swalayan Kamulan yang jumlahnya diperkirakan mencapai 108.000 per tahun.

### **2. Sampling**

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* (tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel) dengan menggunakan metode *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut cocok menjadi sumber data.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 119.

<sup>4</sup> *Ibid*, hal. 126.

### 3. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih melalui cara tertentu yang mewakili karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap mewakili populasi.<sup>5</sup> Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti, sehingga penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada penentuan ukuran sampel menurut Roscoe yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30-500. Dengan demikian jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden. Jumlah sampel sebanyak 100 responden dianggap sudah representatif karena sudah lebih besar dari batas minimum sampel.

## C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

### 1. Sumber Data

Sumber data adalah darimana subjek yang dijadikan sumber data diperoleh. Untuk mempermudah mengidentifikasi sumber data di dalam penelitian, maka diklasifikasikan jadi tiga sisi yang disingkat menjadi 3P, yakni:<sup>6</sup>

- a. *Person* (orang), yaitu sumber data yang memberikan data berupa jawaban lisan melalui wawancara (dalam konteks ini disebut informan) atau jawaban tulis melalui angket.

---

<sup>5</sup> Johar Arifin, *Statistik Bisnis Terapan Dengan Microsoft Excel 2007*, (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2008), hal. 69.

<sup>6</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 234.

- b. *Paper* (kertas), berupa dokumen, warkat, keterangan, arsip, pedoman, surat keputusan, gambar, dan sebagainya yang menjadi tempat peneliti membaca atau mempelajari sesuatu yang berhubungan dengan data peneliti.
- c. *Place* (tempat), berupa ruang tempat berlangsungnya kegiatan yang berhubungan dengan data penelitian.

## 2. Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel-variabel yang terapat dalam penelitian ini meliputi:

### a. Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel independen, yaitu:

#### 1) Lokasi ( $X_1$ )

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Adapun indikatornya adalah: Aksesibilitas; Visibilitas; Lalu lintas; Tempat parkir; dan Lingkungan.

#### 2) Kelengkapan Produk ( $X_2$ )

Kelengkapan produk merupakan suatu kegiatan pengadaan barang dalam suatu bisnis yang bertujuan menyediakan barang sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam jumlah, waktu dan harga yang sesuai dalam mencapai tujuan suatu bisnis. Adapun indikatornya: Keragaman produk yang dijual; Variasi produk yang dijual; Ketersediaan produk yang dijual; dan Macam merek yang tersedia.

### 3) Harga ( $X_3$ )

Harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Adapun indikatornya adalah: Keterjangkauan harga; Kesesuaian harga dengan kualitas produk; Daya saing harga; dan kesesuaian harga dengan manfaat produk.

#### b. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli. Indikatornya meliputi Pengenalan Masalah; Pencarian Informasi; Evaluasi Alternatif; Keputusan Pembelian; dan Perilaku Pascapembelian.

### 3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran 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 data kuantitatif (berbentuk angka). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *skala likert*. *Skala likert* adalah skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap objek yang akan diukur. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang terhadap suatu gejala atau kejadian sosial.

Dengan menggunakan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator, dari indikator menjadi sub indikator. Sub indikator inilah yang nantinya akan menjadi tolok ukur untuk membuat pernyataan atau pernyataan. Kriteria *skala likert* yang digunakan dalam penelitian ini disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

No	Jenis Jawaban	Bobot
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Sumber: Sugiyono, 2015**

## **D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

### **1. Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Kuesioner**

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk

dijawab. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner terstruktur yaitu kuesioner yang berisi pernyataan yang disertai sejumlah jawaban yang disediakan.

Bentuk umum sebuah kuesioner/angket terdiri dari bagian pendahuluan berisikan petunjuk pengisian angket, bagian identitas berisikan identitas responden seperti: nama, alamat, umur, pekerjaan, jenis kelamin, status pribadi dan sebagainya, kemudian baru memasuki bagian isi angket.<sup>7</sup>

b. Wawancara

Wawancara akan dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung terhadap konsumen yang sedang ditemui terkait latar belakang dan sikap konsumen dalam mengambil keputusan pembelian di Favorit Swalayan.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mencari data mengenai suatu hal yang dapat berupa catatan, transkrip, buku, jurnal, majalah, notulen rapat, dan lain sebagainya. Data yang diambil dalam penelitian ini berupa sejarah Favorit Swalayan, data penjualan Favorit Swalayan, dan lain sebagainya yang mungkin diperlukan.

## 2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang ada dalam penelitian. Karena penelitian

---

<sup>7</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 133.

ini terdiri dari empat variabel, maka dalam penelitian ini akan dibuat empat instrument penelitian, yaitu:

- a. Instrumen untuk mengukur lokasi
- b. Instrumen untuk mengukur kelengkapan produk
- c. Instrumen untuk mengukur harga
- d. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian.

**Tabel 3.2**  
**Instrumen penelitian**

Variabel	Indikator	Referensi
Lokasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aksesibilitas</li> <li>2. Visibilitas</li> <li>3. Lalu lintas</li> <li>4. Tempat parkir yang luas dan aman</li> <li>5. Lingkungan</li> </ol>	Fandy Tjiptono <sup>8</sup>
Kelengkapan Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keragaman produk yang dijual</li> <li>2. Variasi produk yang dijual</li> <li>3. Ketersediaan produk yang dijual</li> <li>4. Macam merek yang tersedia</li> </ol>	Alreza Anan Hafidzi <sup>9</sup>
Harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk</li> </ol>	Philip Kotler dan Armstrong <sup>10</sup>
Keputusan Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan Masalah</li> <li>2. Pencarian Informasi</li> </ol>	Philip Kotler dan Kevin Lane Keller <sup>11</sup>

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta; Andi Offset, 2014), hal. 159.

<sup>9</sup> Alreza Anan Hafidzi, *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian* pada Swalayan Bravo di Kota Bojonegoro, (Semarang: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2013), hal. 20.

<sup>10</sup> Philip Kotler & Gery Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 2*, (Jakarta: PT Indeks, 2008), hal. 345.

	3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pascapembelian.	
--	---	--

**Sumber: Data Diolah, 2018**

## E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Keabsahan Data

#### a. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan merupakan suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrumen dalam hal ini adalah kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Nilai validitas masing-masing butir pernyataan/pertanyaan dapat dilihat pada nilai *corrected item-total correlation* masing-masing butir pernyataan atau pertanyaan. Suatu item pernyataan dinyatakan valid jika mempunyai nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  standar yaitu 0,3.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal.184-190

<sup>12</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hal. 96

## **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* (diukur berdasar skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1). Dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>13</sup>

- 1) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 s.d. 0,20 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21 s.d. 0,40 berarti sedikit reliabel
- 3) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 s.d. 0,60 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61 s.d. 0,80 berarti reliabel
- 5) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 s.d. 1,00 berarti sangat reliabel

## **2. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi linear berganda yang baik adalah model yang memenuhi normalitas data. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan grafik *normal probability plot* (P-Plot), yaitu dengan melihat persebaran titik-titik pada sumbu diagonal, dengan ketentuan:

---

<sup>13</sup>Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik.....*, hal. 97

- 1) Jika titik-titik (data) menyebar di sekitar garis diagonal (relatif berhimpitan dengan sumbu diagonal) dan mengikuti arah garis diagonal, maka distribusinya normal (memenuhi asumsi normalitas).
- 2) Jika titik-titik membentuk *bow shaped* (menggelembung menjauhi garis diagonal), maka distribusinya asimetris/tidak normal (tidak memenuhi asumsi normalitas).

Uji normalitas dapat juga dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan syarat jika *Asymp Sig. (2-tailed) > 0.05*, maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika *Asymp Sig. (2-tailed) < 0.05*, maka data tersebut dinyatakan berdistribusi tidak normal.<sup>14</sup>

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen.<sup>15</sup> Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat hubungan korelasi di antara variabel independen, jika variabel independen saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen =0. Untuk mendeteksi multikolinieritas, penelitian ini menggunakan metode *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance*. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0.1, maka tidak terdapat korelasi antar variabel independen (tidak ada multikolinieritas).

---

<sup>14</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*, hal. 78.

<sup>15</sup> Ali Mauludi, *Teknik Belajar Staistika 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hal. 197.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual. Jika varian residual satu pengamatan dengan pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas). Namun, jika varian residual satu pengamatan dengan pengamatan lain berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian ini dapat dilakukan dengan mengamati grafik *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residual (SRESID) pada program SPSS dengan ketentuan:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar diatas dan dibawah atau di sekitar angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda (*multiple linier regression analysis*) adalah teknik statistika yang berguna untuk memeriksa pengaruh/hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, dimana terdapat lebih dari satu variabel independen (X). Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah lokasi ( $X_1$ ), kelengkapan produk ( $X_2$ ),

harga ( $X_3$ ), sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian ( $Y$ ), sehingga persamaan regresi bergandanya adalah:

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

Keterangan:

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi variabel  $X_1$

$b_2$  = Koefisien regresi variabel  $X_2$

$b_3$  = Koefisien regresi variabel  $X_3$

$X_1$  = Lokasi

$X_2$  = Kelengkapan produk

$X_3$  = Harga

$e$  = Standar error

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji T

Uji T digunakan untuk menunjukkan apakah suatu variabel independen secara parsial (terpisah) mempengaruhi variabel dependen. Kriteria pengujian dengan tingkat sigifikasi ( $\alpha$ ) = 0,05 ditentukan sebagai berikut:

- 1) Apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel dan nilai signifikansi  $t < 0,05$  , maka tolak  $H_0$ , yang artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independen (lokasi, kelengkapan produk dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

- 2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $t > 0,05$ , maka terima  $H_0$  yang artinya tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen (lokasi, kelengkapan produk, dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

#### **b. Uji F**

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah variabel independen (lokasi, kelengkapan produk, harga) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Kriteria pengujian terdapat dalam tabel ANOVA. Dengan taraf signifikansi sebesar 0,05, maka:

- a) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka tolak  $H_0$ , berarti variabel independen (lokasi, kelengkapan produk, dan harga) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).
- b) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka terima  $H_0$ , berarti variabel independen (lokasi, kelengkapan produk, dan harga) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

#### **c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh atau kontribusi variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Bila nilai ( $R^2$ ) mendekati 1, berarti variabel independen mampu memberikan

hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Pengujian koefisien determinasi dilakukan dengan melihat nilai *R Square* dan *Adjusted R Square*. “Untuk regresi linier berganda, lebih baik menggunakan *R Square* yang telah disesuaikan (*Adjusted R Square*), karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan..<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hal. 71.