

BAB III METODE PENELITIAN

1.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2010;13).

1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di UD Sarikat Jaya Gresik Jl. RA Kartini 66-68 Sidomoro Kebomas Gresik.

1.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 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. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2010;115). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UD. Sarikat Jaya.

1.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Hasil analisis sampel merupakan kesimpulan yang berlaku untuk populasi. Sehingga sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2010;116). Sampling (pengambilan sampel) dilakukan karena peneliti tidak mungkin meneliti seluruh populasi yang relative besar. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen UD Sarikat Jaya. Ukuran sampel yang baik dalam penelitian adalah 30-500 responden (Roscoe (1982) dalam Sugiyono, 2010;129). Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode *Nonprobability Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010;122). Pertimbangan yang dipergunakan dalam menentukan responden penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian lebih dari satu kali (Hubaya 2008;41).

1.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Klasifikasi Variabel Penelitian

Sehubungan dengan hipotesis yang diajukan serta dengan memahami permasalahan yang diteliti, maka dalam penelitian ini terdapat 4 (empat) variabel independent dan 1 (satu) variabel dependent. Sebagai variabel independent adalah harga (X_1), keragaman produk (X_2), fasilitas (X_3), Atmosfer kenyamanan (X_4). Sedangkan variabel dependen adalah motif belanja pengunjung (Y).

3.4.2 Definisi Operasional Variabel Dan Indikator Pengukuran

Sedangkan definisi ini dimaksudkan untuk menjabarkan variabel kedalam indikator yang lebih terperinci, sehingga akan mempermudah pengamatan maupun pengukurannya. Pengukuran secara operasional adalah:

1. Harga (X_1)

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen UD Sarikat Jaya Gresik untuk mendapatkan produk di UD Sarikat Jaya Gresik guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Dengan indikator sebagai berikut:

- a. Keterjangkauan harga yang ditawarkan UD Sarikat Jaya Gresik
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk yang ditawarkan
- c. Harga yang ditawarkan UD Sarikat Jaya Gresik lebih rendah dibanding tempat lain
- d. Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan manfaat

2. Keanekaragaman Produk (X_2).

Keanekaragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko (Engels, James F, Roger D Blackwel, 1995).

Menurut Ma'ruf (2005:144)

Keragaman terdiri atas dua indikator yaitu:

- a. Banyaknya ragam kategori produk.
- b. Banyak pilihan model produk.

3. Fasilitas (X_3).

Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2005). Sedangkan menurut Sulastiyono (2006), "fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapannya fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan pengunjung dapat terpenuhi selama berkunjung".

Adapun indikator yang digunakan adalah:

- a. Layanan pramuniaga.
- b. Tempat parkir.
- c. Fasilitas toilet.

4. Atmosfer Kenyamanan (X_4)

Searah dengan konsepsi Samli,dkk., (2008) maka indikator-indikator dari atmosfer kenyamanan pada UD Sarikat Jaya adalah:

- a. Mengatur layout supermarket enak di pandang

- b. Kenyamanan dengan menjaga suhu selalu dingin
 - c. Kenyamanan dengan menyediakan tempat duduk
 - d. Kenyamanan dengan barang dagangan yang tertata rapi
 - e. Kenyamanan dengan menyediakan background musik
 - f. Kenyamanan dengan tempat parkir yang aman
 - g. Kenyamanan dengan menambah kasir tambahan supaya tidak antri.
5. Motif Belanja (Y)
1. Belanja untuk memilih barang yang bermanfaat
 2. Belanja dengan melihat-lihat produk terlebih dahulu sebelum membeli
 3. Belanja dengan mencari produk yang dibutuhkan
 4. Belanja dengan memikirkan kualitas produk yang dijual dengan kualitas baik
 5. Kualitas layanan (wiraniaga akan memberi pertolongan, perhatian, menawarkan pelayanan yang terbaik, tidak merasa disibukkan oleh pembeli yang bertanya).

1.5 Pengukuran Variabel

Skala pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Pemberian skor atau penilaian ini digunakan skala Likert yang merupakan salah satu cara untuk mengukur dan menentukan score. Kriteria penilaian ini digolongkan dalam 5 tingkatan dengan penilaian sebagai berikut :

1. Untuk jawaban Sangat Setuju, diberi nilai 5
2. Untuk jawaban Setuju, diberi nilai 4
3. Untuk jawaban Ragu-ragu, diberi nilai 3
4. Untuk jawaban Tidak Setuju, diberi nilai 2

5. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju, diberi nilai 1

1.6 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi. Daftar primer menurut Sugiyono(2010;193) adalah “sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Jenis data dalam penelitian ini dengan melihat hasil dari observasi yang didapat dari pengisian kuisioner.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Menurut Sugiyono (2010;193), “data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari pengisian kuesioner (angket) konsumen yang berbelanja pada UD. Sarikat Jaya Gresik

1.7 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data penelitian ini dengan metode angket (kuesioner). Kuesioner yaitu memperoleh data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan tertulis secara lengkap tentang masalah yang akan dibahas, mengenai harga, keragaman produk, fasilitas dan atmosfer kenyamanan terhadap motif belanja pengunjung. Untuk menghindari kesalahan dalam pengisian, maka peneliti terlebih dahulu menerangkan cara mengisi kuisioner kepada para responden.

3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum digunakan dalam analisis selanjutnya, instrumen dalam penelitian ini terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen tersebut menggunakan SPSS (*Social Product of Social Science*).

3.8.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009:348) validitas adalah sejauh mana suatu instrument mampu mengukur apa yang hendak diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Sugiyono (2009:179) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Jika $r \geq 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid.
2. Jika $r \leq 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2002:42). Dalam uji validitas ini suatu butir pertanyaan atau variabel dinyatakan valid jika $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$ (Santoso, 2001:280).

3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono,2010;172). Ghozali (2005;41) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan uji reliabilitas suatu variabel dinyatakan reliabel jika $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$. (Santoso, 2001;280)

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Persamaan regresi yang diperoleh dari analisis data harus menghasilkan estimator linear tidak terbatas atau bersifat BLUE (*Best Linear Unbias Estimator*) sehingga dalam pengambilan keputusan penentuan hipotesis dalam uji F dan uji t tidak terjadi bias. Untuk menghasilkan keputusan yang BLUE maka harus dipenuhi beberapa asumsi yaitu:

1. Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada hubungan linear antara error serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (data time series).

Uji autokorelasi perlu dilakukan apabila data yang dianalisis merupakan data time series (Gujarati, 1993).

Nilai Durbin Watson kemudian dibandingkan dengan nilai d-tabel. Hasil perbandingan akan menghasilkan kesimpulan seperti kriteria sebagai berikut:

Jika $d < dl$, berarti terdapat autokorelasi positif.

Jika $d > (4 - dl)$, berarti terdapat autokorelasi negatif.

Jika $du < d < (4 - dl)$, berarti tidak terdapat autokorelasi.

Jika $dl < d < du$ atau $(4 - du)$, berarti tidak dapat disimpulkan.

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data time series (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data cross section seperti pada kuesioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan.

2. Multikolinearitas

Multikolinearitas artinya variabel *independent* yang satu dengan *independent* yang lain dalam model regresi saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna. Apabila pada model regresi terdapat multikolinearitas maka akan menyebabkan kesalahan estimasi akan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel *independent*, tingkat signifikansi yang digunakan untuk menolak hipotesis nol akan semakin besar dan probabilitas menerima hipotesis yang salah juga semakin besar, hal ini akan mengakibatkan model regresi yang diperoleh tidak valid untuk menaksir nilai variabel *independent*. Model regresi yang baik seharusnya tidak

mengandung korelasi diantara variabel *independent*. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan *value inflation* (VIF). Apabila nilai *tolerance value* $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka terjadi multikolinearitas. Jika nilai *tolerance value* $> 0,10$ dan $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Menurut Ghozali (2001) uji heterokedastisitas menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Deteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik Scatterplot. Dasar pengambilan keputusannya yaitu jika ada pola tertentu seperti titik-titik (poin poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastisitas dan jika tidak

ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.9. Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat bilangan atau berupa angka-angka. Sumber data yang digunakan dari penelitian ini adalah penarikan data primer dengan menggunakan kuisisioner. Data tersebut dikuantitatifkan dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban responden (Sugiyono, 2002:86).

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas dengan tujuan untuk memprediksi nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui (Gozhali, 2001:43).

Persamaan garis regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y	=	Motif belanja
a	=	Nilai konstanta
X ₁	=	Harga
X ₂	=	Keragaman Produk
X ₃	=	Fasilitas
X ₄	=	Atmosfer Kenyamanan
b ₁	=	Koefisien regresi dari X ₁
b ₂	=	Koefisien regresi dari X ₂
b ₃	=	Koefisien regresi dari X ₃
b ₄	=	Koefisien regresi dari X ₄
e	=	Error

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tahap-tahap sebagai berikut:

1. Menguji hipotesis dengan alat bantu hitung SPSS
2. Menentukan hipotesis.

3.9.1. Uji Hipotesis

Untuk menguji suatu hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti, maka dilakukan uji statistik, yaitu:

1. Uji t

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*) secara parsial.

Hipotesis yang digunakan adalah:

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap:

- a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$, artinya harga, keragaman produk, fasilitas dan atmosfer kenyamanan secara parsial tidak ada pengaruh terhadap motif belanja konsumen.

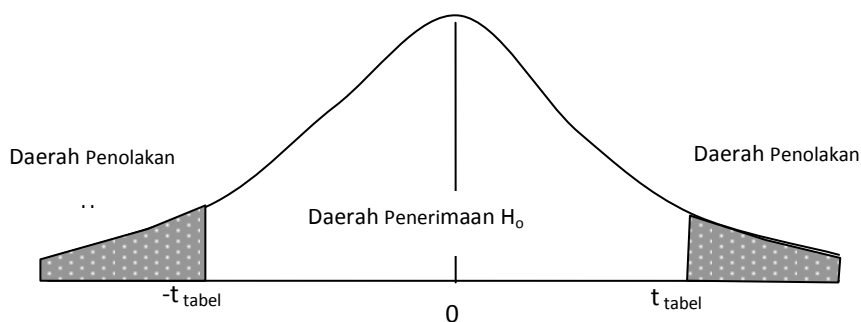
$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$, artinya harga, keragaman produk, fasilitas dan atmosfer kenyamanan secara parsial pengaruh terhadap motif belanja konsumen.

b. Menentukan t_{tabel}

Menentukan taraf nyata (α) 5% ($\alpha/2=0,05/2=0,025$), derajat bebas atau *degree of freedom* (df) $n-k-1$, dimana n = jumlah pengamatan dan k = jumlah variabel untuk menentukan nilai t_{tabel} .

c. Kriteria yang dipakai dalam uji t adalah:

- 1) Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,025) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial ada pengaruh nyata antara harga, keragaman produk, fasilitas dan atmosfer kenyamanan terhadap motif belanja konsumen.
- 2) Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0,025) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial tidak ada pengaruh nyata antara harga, keragaman produk, fasilitas dan atmosfer kenyamanan terhadap motif belanja konsumen.



Gambar 3.1
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t

2. Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap:

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$, artinya harga, keragaman produk, fasilitas dan atmosfer kenyamanan secara simultan tidak ada pengaruh terhadap motif belanja konsumen.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$, artinya harga, keragaman produk, fasilitas dan atmosfer kenyamanan secara simultan ada pengaruh terhadap motif belanja konsumen.

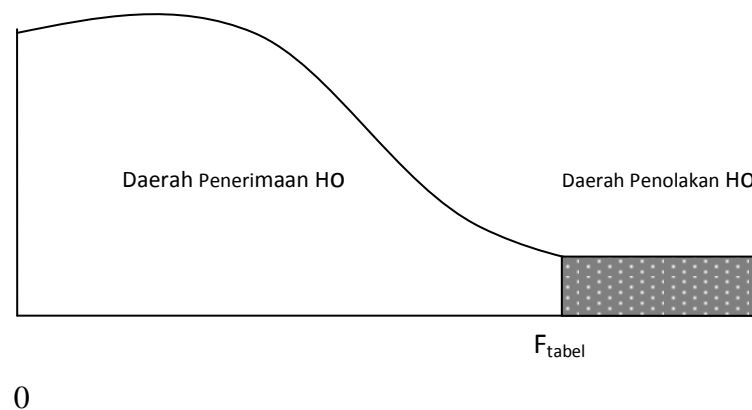
b. Menentukan F_{tabel}

Menentukan taraf nyata (α) = 0,05 atau 5% dan $df = (k-1); (n-k)$ untuk menentukan nilai F_{tabel}

c. Kriteria yang dipakai dalam uji F adalah:

1) Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan ada pengaruh nyata antara harga, keragaman produk, fasilitas dan atmosfer kenyamanan terhadap motif belanja konsumen.

2) Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara simultan tidak ada pengaruh nyata antara harga, keragaman produk, fasilitas dan atmosfer kenyamanan terhadap motif belanja konsumen.



Gambar 3.2
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F

Kriteria Pengujian:

1. Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} = H_0$ ditolak, artinya variabel harga, keragaman produk, fasilitas dan atmosfer kenyamanan secara bersamaan mempengaruhi variabel motif belanja secara signifikan.
2. Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}} = H_0$ diterima, artinya variabel harga, keragaman produk, fasilitas dan atmosfer kenyamanan secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel motif belanja secara signifikan.