

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Berdasarkan tempat penelitian dan pendekatan yang dilakukan, maka penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*) pada penelitian ini data banyak diperoleh dari lapangan melalui suatu pendekatan (*survey*).

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di toko Ibu Sogo Kedungtuban Kabupaten Blora dengan obyek konsumen terhadap minat untuk berbelanja.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 populasi**

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti, karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian ( Ferdinand, 2006). Menurut Sugiyono (2004) yang dimaksud dengan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berbelanja mini market toko ibu Sogo Kedungtuban Kabupaten Blora.

### **3.3.2. sampel**

Prosedur yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu penentuan sampling berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan berbelanja di toko ibu Sogo Kedungtuban Kabupaten Blora sampai dengan jumlah yang diharapkan. Penelitian dilakukan terhadap 100 responden dengan 60 responden sebagai instrument penelitian dan 40 responden sebagai instrument uji coba.

## **3.4 Definisi Operasional Variabel**

Difinisi operasional variabel merupakan penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Adapaun variabel-variabel yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

### **3.4.1 Definisi Variabel Bebas (Independent Variable)**

Variabel bebas (X) yaitu variabel yang mempengaruhi/variabel penyebab (Arikunto, 2006;119). Terdapat tujuh variabel bebas pada penelitian ini yaitu variabel lokasi (X<sub>1</sub>), kelengkapan produk (X<sub>2</sub>), kualitas produk (X<sub>3</sub>), harga (X<sub>4</sub>), pelayanan (X<sub>5</sub>), kenyamanan berbelanja (X<sub>6</sub>) dan promosi (X<sub>7</sub>).

Variabel dan indikator dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Lokasi**

Berhubungan dengan pemilihan penggunaan spesialisasi pemasaran perdagangan, perantara, dan transportasi serta penyimpanan pergudangan untuk melengkapi para pelanggan target dengan kegunaan waktu tempat dan pemilihan kemanfaatan yang tercipta melalui penyediaan produk di tempat

yang dikenali konsumen (Tunggal, 1996:123). Dalam variabel ini dapat diturunkan variabel lokasi dengan indikator yang diteliti, sebagai berikut:

- a. Kemudahan mencapai lokasi
- b. Letak lokasi yang strategis

## 2. Kelengkapan produk

Berhubungan dengan kelengkapan barang (kotler) yang akan di tempatkan di toko atau ritel yang telah disediakan. Dalam variabel ini dapat diturunkan variabel kelengkapan produk dengan indikator yang diteliti, sebagai berikut:

- a. Variasi produk ditempat belanja
- b. Pilihan produk yang lengkap

## 3. Kualitas produk

Berhubungan dengan mutu barang yang akan dijual didalam toko, barang yang akan dijual harus memiliki kualitas atau mutu yang baik. Dalam variabel ini dapat diturunkan variabel kualitas produk dengan indikator yang diteliti, sebagai berikut:

- a. Jenis dan merk barang yang akan dijual
- b. Kualitas barang yang dijual

## 4. Harga produk

Adalah apa yang dibayar seseorang untuk apa yang diperolehnya. Nilainya dinyatakan dengan mata uang (Tunggal, 1996:97). Dalam variabel ini dapat diturunkan variabel harga produk dengan indikator yang diteliti, sebagai berikut:

- a. Harga yang kompetitif

b. Kesesuaian harga barang

c. Potongan harga

5. Perlengkapan

Berhubungan dengan fasilitas, seperti lift, penerangan, AC, toilet yang strategis dan mudah dilihat. Tata letak penempatan lorong serta arsiteknya menarik. Dalam variabel ini dapat diturunkan variabel perlengkapan produk dengan indikator yang diteliti, sebagai berikut: Tata letak barang rapi

6. Kenyamanan

Kenyamanan berbelanja (atmosfer dalam gerai) adalah pengaruh yang timbul dari faktor-faktor yang khusus untuk waktu dan tempat tertentu dan tidak lepas dari karakteristik konsumen dan objek (Tunggal, 1996:125). Dalam variabel ini dapat diturunkan variabel kenyamanan dengan indikator yang diteliti, sebagai berikut:

a. Keamanan dan kenyamanan dalam berbelanja

b. Suasana ruangan yang nyaman

7. Promosi

Adalah mengkonsumsi informasi antara penjual dan pembeli untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Menginformasikan atau membujuk pelanggan pada perusahaan atau toko pemasaran.

a. Informasi melalui brosur

b. Dapat mencoba cara kerja barang.

### **3.4.2 Variabel Terikat / Variabel Tergantung (Dependent Variable)**

Variabel terikat (Y) yaitu variabel yang dipengaruhi / variabel akibat (Arikunto, 2006;119). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat konsumen untuk berbelanja.

### **3.5 Pengukuran Variabel**

Difinisi operasional dapat digunakan untuk mengukur konstruk yang dapat diukur dengan angka atau atribut yang menggunakan skala tertentu. Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala pengukuran ordinal, digunakan untuk mengukur sikap responden terhadap suatu jawaban. Skala pengukuran terbagi dalam beberapa skala yang masing-masing skala mempunyai skor penilaian, yaitu:

1. Jika jawaban responden sangat tidak setuju adalah 1
2. Jika jawaban responden tidak setuju adalah 2
3. Jika jawaban responden ragu-ragu adalah 3
4. Jika jawaban responden setuju adalah 4
5. Jika jawaban responden sangat setuju adalah 5

### **3.6 Sumber dan Jenis Data**

#### **3.6.1 Suber Data**

Data penelitian merupakan data primer. Data dikumpulkan menggunakan instrument penelitian kuesioner. Kuesioner dikembangkan untuk mengukur faktor persepsi konsumen yang diteliti terhadap minat konsumen untuk berbelanja. Uji

validitas dan reliabilitas terlebih dahulu digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner. Variabel yang diteliti yaitu lokasi, harga, kelengkapan produk, kualitas produk, pelayanan, kenyamanan berbelanja dan promosi terhadap minat konsumen untuk berbelanja pada mini market toko ibu Sogo Kedungtuban kabupaten Blora.

### **3.6.2 Jenis data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis data subyek yaitu jenis data penelitian, yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian (responden). Subyek dalam penelitian ini adalah pengunjung pada mini market toko ibu Sogo Kedungtuban kabupaten Blora.

### **3.7 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penyebaran daftar pertanyaan (questioner) yang disampaikan langsung kepada responden. Alasan penggunaan penggunaan metode ini adalah responden dapat memperhatikan dan mempertimbangkan pernyataan dan jawaban dengan jelas, pewawancara dapat menggali informasi yang lebih rinci dan juga dapat mengontrol pertanyaan yang diberikan. Jumlah pertanyaan yang diberikan adalah 15 pertanyaan.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Sebelum mengambil data penelitian maka dilakukan uji coba instrument terlebih dahulu. Setelah itu baru dilakukan uji instrument yang telah dibuat dengan menguji validitas dan reliabilitasnya.

#### 1. Validitas

Validitas merupakan syarat yang harus dipenuhi oleh suatu instrumen tes. Menurut Suharsimi Arikunto (2007: 72), validitas adalah suatu ukuran menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Validitas butir soal dapat dihitung dengan menggunakan rumus korelasi product moment sebagai berikut:

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

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel x dan y

$\sum_{xy}$  = jumlah perkalian x dan y

$X^2$  = kuadrat dari x

$Y^2$  = kuadrat dari y

Apabila di dalam perhitungan didapat  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item soal tersebut valid (Arikunto, 2007: 75).

#### 2. Reliabilitas

Suatu tes dikatakan reliabel apabila tes tersebut dapat dipercaya dan konsisten. Untuk mengetahui reliabilitas tes digunakan rumus alpha seperti yang tercantum dalam (Suharsimi, 2007: 109) sebagai berikut :

$$r_i = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_i$  = reliabilitas instrumen

$n$  = jumlah item dalam instrumen

$\sum \sigma_i^2$  = mean skor total

$\sigma_t^2$  = varians total

Kriteria reliabilitas soal angket adalah sebagai berikut :

0,800 – 1,000 = sangat tinggi

0,600 – 0,799 = tinggi

0,400 – 0,599 = cukup

0,000 – 0,199 = sangat rendah (Arikunto, 2007: 75).

### 3.9 Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji apakah persamaan garis regresi yang diperoleh linier dan bisa dipergunakan untuk melakukan peramalan, maka harus dilakukan uji asumsi klasik. Ada empat uji asumsi klasik yang sering digunakan yaitu:

#### 1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas jika variabel bebas berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas = 0. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan Variance



Inflation Factor (VIF). Menurut Imam Ghozali (2001:63-64) cara mendeteksi terhadap adanya multikolinearitas dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a. Besarnya variabel inflation Factor (VIF), pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolinearitas yaitu  $VIF \leq 10$
- b. Besarnya Tolerance pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolinearitas yaitu nilai Tolerance  $\geq 0,1$ .

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Cara mendeteksinya adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik (Ghozali, 2005).

Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah (Ghozali, 2005) :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah adalah angka nol pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas (Ghozali, 2005).

## 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik memiliki

distribusi data yang normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali, 2005):

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan / atau mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah pengujian asumsi residual yang memiliki korelasi pada periode ke- $t$  dengan periode sebelumnya ( $t-1$ ). Statistik uji yang dipergunakan adalah uji Durbin-Watson. Apabila nilai Durbin-Watson berada di sekitar angka 2, berarti model regresi aman dari kondisi Autokorelasi. Dengan cara lain, Pengujian ada tidaknya problem autokorelasi pada residual dapat dilihat dari nilai statistik Durbin-Watson, jika nilai statistik Durbin-Watson lebih besar dari nilai tabel Durbin-Watson<sup>[1]</sup> batas atas ( $d_U$ ), maka problem autokorelasi pada residual dinyatakan tidak ada. Tabel Durbin-Watson ditunjukkan sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

n <sup>2</sup>	1%		2.5%		5%	
	d <sub>t</sub>	d <sub>v</sub>	d <sub>t</sub>	d <sub>v</sub>	d <sub>t</sub>	d <sub>v</sub>
15	0.81	1.07	0.95	1.23	1.08	1.36
20	0.95	1.15	1.08	1.28	1.20	1.41
25	1.05	1.21	1.18	1.34	1.29	1.45
30	1.13	1.26	1.25	1.38	1.35	1.49
40	1.25	1.34	1.35	1.45	1.44	1.54
50	1.32	1.40	1.42	1.50	1.50	1.59
70	1.43	1.49	1.51	1.57	1.58	1.64
100	1.52	1.56	1.59	1.63	1.65	1.69
150	1.61	1.64	-	-	1.72	1.75
200	1.66	1.68	-	-	1.76	1.78

### 3.10 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (multiple regression). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (kualitas pelayanan, harga kompetitif, kelengkapan barang dan lokasi) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen. Rumus matematis dari regresi linear berganda yang umum digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7$$

Keterangan :

Y = Minat Konsumen Berbelanja ( Y )

a = Konstanta

- $\beta$  = Koefisien dari variabel bebas ( X )
- $X_1$  = Lokasi
- $X_2$  = Kelengkapan Produk
- $X_3$  = Kualitas Produk
- $X_4$  = Harga Produk
- $X_5$  = Perlengkapan
- $X_6$  = Kenyamanan
- $X_7$  = Promosi
- $\beta_1$  = koefisien regresi dari Lokasi
- $\beta_2$  = koefisien regresi dari Kelengkapan Produk
- $\beta_3$  = koefisien regresi dari Kualitas Produk
- $\beta_4$  = koefisien regresi dari Harga Produk
- $\beta_5$  = koefisien regresi dari Perlengkapan
- $\beta_6$  = koefisien regresi dari Kenyamanan
- $\beta_7$  = koefisien regresi dari Promosi

### **3.11 Menilai Goodness of Fit Suatu Model**

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari goodness of fit nya. Secara statistik setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima (Ghozali, 2005).

### **3.11.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006).

Menentukan F tabel dan F hitung dengan kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikan sebesar 5% ( $\alpha=0,05$ ).

Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan, harga kompetitif, kelengkapan barang dan lokasi untuk menjelaskan variabel terikatnya, yaitu keputusan pembelian. Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut :

1. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila F hitung < F tabel, maka  $H_0$  diterima. Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila F hitung > F tabel, maka  $H_0$  ditolak, Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

### **3.11.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)**

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2005 : 84). Menurut Malhotra (2006:149), uji t merupakan sebuah uji untuk menguji hipotesis rata-rata, uji t dapat dilakukan atas dua rata-rata satu

sampel atau dua sampel pengamatan. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan, harga kompetitif, kelengkapan barang dan lokasi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) secara terpisah ataupun bersama-sama. Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X1, X2, X3 dan X4 terhadap Y secara terpisah maupun bersama-sama, maka digunakan uji t. rumus yang digunakan (Umar, 2004:104) :

Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut :

1. Jika signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel

### **3.11.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2005).