

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2004). Ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Pada penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana dalam analisis kuantitatif ini digunakan penentuan *score* / nilai dengan mengubah data yang bersifat kualitatif (dalam bentuk pemberian kuesioner kepada responden) ke dalam bentuk kuantitatif (Hadi, 1994)

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Gresik, Jawa Timur dengan menggunakan Optik Jasa Lensa sebagai objek lokasi penelitian. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa Optik Jasa Lensa merupakan salah satu usaha yang di minati konsumen yang berlokasi di Jl. Raya Randuagung, Kawisanyar, Kebomas Gresik 61121.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus (Santoso dan Tjiptono, 2001). Target populasi dari

penelitian ini adalah konsumen yang membeli pada Optik Jasa Lensa di Randuagung dan bertempat tinggal di Kota Gresik.

3.3.2 Sampel

Sampel menurut Arikunto (1999:4) adalah bagian dari populasi yang mempunyai karakteristik tertentu atau ciri / keadaan yang akan diukur. Perhitungan besarnya sampel ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut : (Djarwanto ,1996)

$$n : \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

n : jumlah sampel

Z : tingkat signifikansi

Moe : Margin error maksimum, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang masih dapat diterima.

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini dengan tingkat keyakinan 95% diperoleh nilai $Z = 1,96$ (tabel distribusi normal) dan tingkat kesalahan maksimum (Moe) $\pm 10\%$ adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2} \\ &= \frac{3,8416}{0,04} \\ &= 96,04 \\ &= 96 \text{ responden} \end{aligned}$$

Jadi, besarnya sampel yang digunakan di dalam penelitian ini minimal ialah sejumlah 96,04. Dari rumusan diatas, jumlah sampel dalam penelitian ini akan diambil dari responden dengan perkiraan populasi konsumen yang datang di Optik Jasa Lensa Randuagung dalam setiap harinya. Dalam penelitian ini tidak

seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden, mengingat jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka teknik sampling yang digunakan ialah accidental sampling yaitu individu – individu atau grup – grup yang kebetulan dijumpai saja yang diselidiki (Sutrisno Hadi, 1990:80).

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada para pembeli di Optik Jasa Lensa, di mana hasil dari data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pemberian kuesioner atau angket. Kuesioner (*questionnaires*) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Kuesioner merupakan satu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian. Kuesioner dapat diberikan secara pribadi, disuratkan kepada responden, atau disebarakan secara elektronik (Sekaran, 2006).

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan terbuka, dengan menanyakan identitas responden yang meliputi nama responden, tempat tinggal responden, dan jenis kelamin responden. Dan menggunakan

pertanyaan tertutup, yaitu meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dari setiap pertanyaan. Setiap pertanyaan berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Kuisoner yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengadopsi model Likert. Model Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat diberi skor pada setiap butirnya, sebagai berikut (Azwar, 1998):

Pilihan Jawaban	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Kurang Setuju (KS)	2
Tidak Setuju (TS)	1

3.6 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel penelitian

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat yang dapat diamati (Marzuki, 2005). Definisi operasional variabel menurut Sugiyono (2001) merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikkan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Adapun variabel penelitian beserta definisi operasionalnya dijelaskan sebagai berikut :

1.6.1 Identifikasi Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2000). Variabel penelitian terdiri atas 2 macam, yaitu : variabel terikat (dependen) atau variabel tergantung pada variabel lainnya, dan variabel bebas (independen). Variabel dalam penelitian ini adalah :

1. variabel terikat : $Y = \text{minat beli}$
2. variabel tidak terikat : $X_1 = \text{kualitas produk}$
 $X_2 = \text{harga}$
 $X_3 = \text{keragaman produk}$

1.6.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 1997:74). Definisi operasional variabel dalam penelitian ini meliputi variabel-variabel serta indikator sebagai berikut :

1. Minat Beli (Y)

Tanggapan konsumen tentang keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk di Optik Jasa Lensa.

- a. Ketertarikan
- b. Keinginan
- c. Keyakinan

2. Kualitas Produk (X1)

Tanggapan responden tentang nilai produk kacamata di Optik Jasa Lensa mampu memberikan pemenuhan kebutuhan dan kepuasan penggunaanya.

- a. Kinerja
- b. Jaminan reparasi
- c. Keandalan

3. Harga (X2)

Tanggapan responden mengenai harga pada setiap produk di Optik Jasa Lensa agar konsumen bisa mendapatkan produk yang sesuai dan merasa puas.

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

4. Keragaman Produk (X3)

Tanggapan responden tentang bermacam-macam jenis yang ditawarkan Optik Jasa Lensa.

- a. Macam-macam produk
- b. Macam-macam merek
- c. Model atau Gaya

3.7 Uji Instrumen Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner

mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006). Teknik pengukuran validitas pada penelitian ini yaitu dengan uji validitas konstruk yang melakukan korelasi antar skor butir/*item* pertanyaan dengan total skor konstruk/variabel. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan r hitung (*Correlated Item – Total Correlation*) dengan r tabel. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka butir/*item* pertanyaan atau indikator variabel yang digunakan pada penelitian ini dianggap valid atau sah. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006). Teknik pengukuran reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *One Shoot*, di mana pengukuran dilakukan hanya sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengukur suatu korelasi antar jawaban. Teknik ini dilakukan dengan SPSS yang memberikan fasilitas pengukuran Cronbach Alpha (α).

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi :

3.8.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independent (Ghozali, 2006). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Pengujian multikolinearitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerancenya* yang dapat mengidentifikasi ada tidaknya masalah multikolinearitas. Apabila nilai $VIF < 10$ atau nilai *Tolerancenya* $> 0,10$, maka model regresi yang digunakan pada penelitian ini dianggap tidak memiliki masalah multikolinearitas antar variabel independen.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan satu ke pengamatan yang lain (Ghozali,2006). Jika varians dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homokedastisitas*. Dan jika varians berbeda maka disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2006). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dan nilai residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dengan melihat ada tidaknya pola titik pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah

diprediksi dan sumbu X adalah residual yang telah di-*standarized* (Ghozali, 2005). Dasar analisisnya sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residualnya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Sebab, model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2006). Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada grafik histogram yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Apabila distribusi kumulatif dari data sesungguhnya yang ditunjukkan oleh grafik histogram mengikuti pola distribusi kumulatif dari distribusi normal yang ditunjukkan oleh kurva normal, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dianggap layak dan memenuhi asumsi normalitas. Selain dilihat pada grafik histogram, dapat juga dilihat dari grafik *normal probability plot*. Apabila titik-titiknya menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi yang digunakan dianggap layak dan memenuhi asumsi normalitas.

3.8.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian menggunakan dengan Uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika d terletak antara dL dan DU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Nilai d_u dan d_l dapat diperoleh dari Tabel Statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi. Regresi adalah untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ferdinand, 2006). Teknik ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan keragaman produk terhadap minat beli konsumen adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (*Multiple regression analysis*). Regresi berganda dilakukan terhadap model lebih

dari satu variabel bebas, untuk diketahui pengaruhnya terhadap variabel terikat (Santoso, 2000).

Regresi berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah minat beli konsumen Optik Jasa Lensa, sedangkan yang menjadi variabel independen adalah kualitas produk, harga dan keragaman produk. Model hubungan variabel-variabel bebas (kualitas produk, harga, dan keragaman produk) dengan variabel terikat (minat beli) tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut :

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

Dimana :

Y = Minat beli

X1 = Kualitas produk

X2 = Harga

X3 = Keragaman produk

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = error

3.10 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui signifikansi dari hasil penelitian maka perlu dilakukan beberapa uji sebagai berikut :

3.10.1 Uji F

Uji F pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara semua variabel bebas dan variabel terikat, apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama – sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh kualitas produk, harga, dan keragaman produk terhadap minat beli sebagai variabel terikatnya. Ketentuannya :

- 1) $H_0 : \beta_1 \leq 0$ artinya tidak ada pengaruh yang signifikan pada masing – masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- 2) $H_0 : \beta_1 > 0$ artinya ada pengaruh yang signifikan pada masing – masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Tingkat kepercayaan yang digunakan 95% atau taraf signifikansinya adalah 5% dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara bersama – sama dengan variabel terikat (Y).
- 2) Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara bersama – sama dengan variabel terikat (Y).

3.10.2 Uji t

Uji t pada dasarnya digunakan untuk menguji signifikansi hubungan secara parsial antara variabel X dan variabel Y. Hipotesis yang akan digunakan dalam pengujian ini :

- $H_0 : \beta_0 = 0$, variabel – variabel bebas (kualitas produk, harga, keragaman produk) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (minat beli).
- $H_1 : \beta_1 \neq 0$, variabel – variabel bebas (kualitas produk, harga, keragaman produk) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (minat beli).

Minat beli dilakukan berdasar perbandingan hasil tingkat probabilitas (signifikansi) dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Apabila signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- 2) Apabila signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.