

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif. Metode Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Analisis dapat bersifat Kuantitatif atau *statistic* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Giant Eksprees Supermarket, Jl.Kalimantan No. 193 GKB Kabupaten Gresik Provinsi Jawa Timur.

3.3. 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 juga bukan 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 2015;117).

Menurut Indriantoro Dan Supomo (2014;115) populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karekteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang berada di Giant Ekspres Supermarket Gresik.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karateristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015;118). Sedangkan menurut Indriantoro Dan Supomo (2014;115) peneliti dapat meneliti seluruh elemen populasi (disebut dengan sensus) atau meneliti sebagaian dari elemen-elemen populasi (disebut dengan sampel).

Menurut Roscoe yang di kutip Sugiyono (2008;129) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500, sedangkan menurut Frankel dan Wallen yang dikutip Amiyani (2016;6) menyarankan besar sampel minimum untuk penelitian deskriptif sebanyak 100. Maka, berdasarkan teori tersebut sampel yang menjadi acuan oleh peneliti sebanyak 100 orang.

Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dimana tehnik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015;122). Prosedur yang digunakan adalah memakai *Insidental sampling* yaitu tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara langsung bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015;124). Kriteria-kriteria yang dimaksud adalah laki-laki dan perempuan.

3.4. Definisi Operasional

Berdasarkan permasalahan dan hipotesis yang diajukan serta model analisis yang digunakan maka variabel yang dianalisis terdiri dari dua macam, yaitu variabel bebas (*independent variable*) diberi symbol X dan variabel tergantung (*dependent variable*) diberi symbol Y. Berikut penjelasan masing-masing variabel operasional berserta indikator-indikatornya :

Variabel independen X dalam penelitian ini adalah Harga, *Store Atmosphere*, dan Lokasi pada Giant Eksprees Supermarket.

a. Harga (X_1)

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Adapun indikator Harga yaitu :

- 1) Keterjangkauan Harga.
- 2) Kemudahan Pembayaran.
- 3) Potongan Harga.

b. *Store Atmosphere* (X_2)

Store Atmosphere merupakan situasi dalam gerai yang diupayakan oleh pengusaha untuk membuat konsumen merasa nyaman saat berada dalam gerai tersebut sehingga mempengaruhi Keputusan Pembelian kosumen dan kemungkinan konsumen untuk kembali lagi ke toko tersebut.

Adapun indikator *Store Atmosphere* yaitu :

- 1) *Eksterior* adalah bagian depan toko.
 - a) logo perusahaan
 - b) Area parkir
- 2) *Interior* adalah bagian dalam toko.
 - a) Suhu ruangan
 - b) Pencahayaan
 - c) Kebersihan
- 3) *Layout (Store Layout)* adalah penentuan lokasi tertentu dan pengaturan dari penempatan barang.
 - a) Penataan barang
 - b) Pola arus di dalam ruangan

c. Lokasi (X_3)

Lokasi dikatakan strategis apabila berada di pusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Adapun indikator Lokasi yaitu :

- 1) Lokasi yang mudah dijangkau.
- 2) Lalu lintas menuju lokasi lancar.
- 3) Lokasi dekat dengan tempat tinggal.

Variabel Dependent (Y) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

Keputusan pembelian variable (Y). Keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan akan pembelian, yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau

tidak melakukan pembelian, keputusan mana didasarkan atas hasil yang diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Adapun indikator Keputusan Pembelian yaitu:

- a. Keputusan terhadap produk yang tersedia
- b. Keputusan terhadap Harga yang diberikan
- c. Keputusan terhadap pelayanan yang diberikan

3.5. Pengukuran Variabel

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Sugiyono (2013;134) dengan skala likert, maka variable yang akan diukur menjadi indikator variable. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut :

- | | | |
|---|---|-----|
| 1. Kategori Sangat Setuju diberi skor | = | SS |
| 2. Kategori Setuju diberi skor | = | S |
| 3. Kategori Kurang Setuju diberi skor | = | KS |
| 4. Kategori Tidak Setuju diberi skor | = | TS |
| 5. Kategori Sangat Tidak Setuju diberi skor | = | STS |

3.6. Jenis dan Sumber Data

3.6.1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari responden dengan menggunakan

Kuisisioner. Responden yang di maksud oleh peneliti adalah Konsumen yang pernah berkunjung ke Giant Eksprees Supermarket.

3.6.2. Sumber Data

Data diperoleh dari hasil kuisisioner jawaban responden yang pernah melakukan transaksi berupa pembelian barang pada Giant Eksprees Supermarket dan dokumen-dokumen yang dibutuhkan oleh peneliti.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan metode angket (Kuisisioner) dan skala likert, yang mana responden diminta untuk memberikan jawaban pada alternatif jawaban yang ada.

3.8. Pengujian Instrumen Penelitian

3.8.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013;121) validitas adalah instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid Ghozali (2013;53).

r tabel didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degreeoffreedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

3.8.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur suatu kestabilan dan konsentrasi skala pengukuran. Data yang diperoleh harus menunjukkan hasil yang stabil dan konsistensi bila dilakukan pengukuran kembali terhadap objek yang sama. Untuk mengetahui konsistensi dari data yang dilakukan dengan uji reliabilitas konsistensi internal (Sugiyono 2015;185).

Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan cara mencobakan instrument sekali saja, kemudian data yang diperoleh dari analisis dengan teknik tertentu, dalam hal ini teknik yang digunakan adalah teknik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variable dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *alpha* $>0,60$.

3.9. Uji Asumsi Klasik

Model linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi klasik statistik yang meliputi sebagai berikut :

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan, Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* (TOL) tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas Ghazali (2013;106).

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2011;139) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali 2011;139).

Uji statistik yang dipilih peneliti adalah uji Glejser, dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas melalui uji Glejser adalah :

- a. Apabila $\text{sig. 2-tailed} < \alpha = 0.05$, maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Apabila $\text{sig. 2-tailed} > \alpha = 0.05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Sebagaimana dijelaskan Ghazali (2015:110), bahwa uji normalitas digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun

rasio. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0.05. Sugiyono (2012;) menetapkan bahwa data dinyatakan terdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0.05.

3.10. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

3.10.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode yang digunakan adalah Regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Rumus yang digunakan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y	: Keputusan Pembelian
a	: Konstanta
b ₁ b ₂ b ₃	: Koefisien Regresi
X ₁	: Harga
X ₂	: <i>Store Atmosphere</i>
X ₃	: Lokasi
e	: Komponen kesalahan yang diasumsikan dengan observasi

3.10.2. Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2013;97) koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti mengajurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

3.10.3. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Uji t hitung bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh variabel bebas X terhadap variabel terikat Y (Ghozali, 2007;77).

1. Merumuskan hipotesis :

$H_0 : b_1 = 0$ artinya variabel Harga (X_1) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : b_1 \neq 0$ artinya variabel Harga (X_1) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0 : b_2 = 0$ artinya variabel *Store Atmosphere* (X_2) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

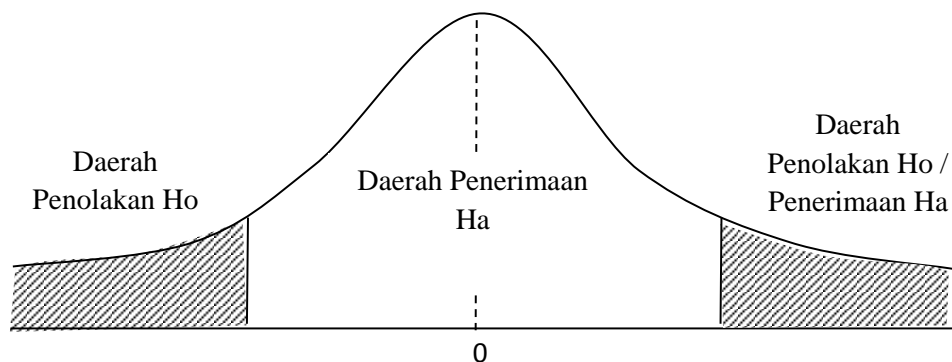
$H_a: b_2 \neq 0$ artinya variabel *Store Atmosphere* (X_2) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0 : b_3 = 0$ artinya variabel Lokasi (X_3) tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a: b_3 \neq 0$ artinya variabel Lokasi (X_3) ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2. Menentukan kriteria pembilan keputusan :

Apabila t hitung $>$ t tabel atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial ada pengaruhnya antara Harga (X_1), *Store Atmosphere* (X_2) dan Lokasi (X_3), terhadap Keputusan Pembelian (Y).



Gambar 3.1
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji t