

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut mengunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya (Arikunto 2010;29).

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih yaitu kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian, maka lokasi penelitian dilakukan pada Toko Tool Station yang beralamat di Jl. Akim Kayat No.14 Gresik.

### **3.3 Populasi Dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Arikunto (2010;173) menyatakan populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk secara langsung di Toko Tool Station Gresik.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2010;174). Sampling (pengambilan sampel) dilakukan karena peneliti tidak mungkin meneliti

seluruh populasi yang relatif besar, ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 – 500 responden (Roscoe dalam Sugiyono, 2008;129). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Pada penelitian ini, sampel diambil dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling* dimana tehnik ini tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur attau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel (Sugiyono, 2008;77). Prosedur yang digunakan adalah *Accidental Sampling* yaitu tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Pengambilan sampel secara kebetulan digunakan bila peneliti tidak tahu pasti jumlah populasi unit analisis (Arikunto, 2010;180).

### **3.4 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel**

#### **3.4.1 Identifikasi Variabel**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua, yaitu :

1. Variabel bebas (X)

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Lokasi

$X_4$  = *Store Atmosphere*

2. Variabel terikat (Y), yaitu keputusan pembelian

#### **3.4.2 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah sebagai berikut :

## 1. Variabel (X)

a. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap spesifik dari kinerja layanan (Valarie dalam Lovelock, dkk. 2010;154). Adapun indikator-indikator yang digunakan adalah :

- 1) Penampilan unsur fisik
- 2) Kinerja yang akurat dalam melayani
- 3) Melayani dengan ramah
- 4) Melayani dengan sikap sopan

b. Harga ( $X_2$ ) adalah sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan kekonsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang memiliki manfaat serta penggunaannya (Kotler, 2008;345). Adapun indikator-indikator yang digunakan adalah :

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga

c. Lokasi ( $X_3$ ) adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha (Tjiptono dalam Wicaksono, 2010;34). Adapun indikator-indikator yang digunakan adalah:

- 1) Ketersediaan lahan parkir
- 2) Lokasi mudah ditemukan
- 3) Akses mudah dijangkau kelokasi

d. *Store Atmosphere* ( $X_4$ ) meliputi berbagai tampilan interior, ekterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan music, seragam pamuniaga, pajangan barang yang membuat daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan membeli (Utami, 2014;255). Adapun indikator-indikator yang digunakan adalah :

- 1) *Exterior* (bagian luar toko)
  - a) Style/interior gerai
  - b) Jalan masuk
  - c) Visual/warna
  - d) Pencahayaan
- 2) *Interior* (bagian dalam toko)
  - a) Musik
  - b) Kebersihan ruangan
  - c) Aroma
- 3) *Store Layout* (tata ruang toko)
  - a) Penataan produk yang baik
  - b) Kemudahan menemukan barang yang dibutuhkan

## 2. Variabel (Y)

Merupakan variabel yang tergantung pada variabel lain. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah keputusan pembelian yaitu hal-hal yang dipertimbangkan konsumen sebelum memutuskan membeli produk (Kotler, 2008;188). Adapun indikator-indikator yang digunakan adalah :

- a. Pencarian informasi

- b. Memutuskan membeli
- c. Berminat untuk membeli kembali

### **3.5 Pengukuran Variabel Penelitian**

Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial (Darmawan, 2014;169). Skala *Likert* menggunakan lima tingkatan jawaban yang diberi skor, yaitu :

- Jawaban sangat setuju : diberi skor 5
- Jawaban setuju : diberi skor 4
- Jawaban ragu-ragu : diberi skor 3
- Jawaban tidak setuju : diberi skor 2
- Jawaban sangat tidak setuju : diberi skor 1

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

Penelitian ini menggunakan data pimer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari narasumber / responden (Darmawan, 2014;13). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan koesioner kepada konsumen yang membeli secara langsung di Toko Tool Station.

### **3.7 Teknik Pengambilan Data**

Teknik pengumpulan data di sini adalah cara-cara yang ditempuh dan alat-alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan datanya (Darmawan, 2014;159). Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran data pertanyaan (kuesioner) pada obyek penelitian. Data kuisioner

penelitian ini akan disebarakan pada konsumen yang membeli produk secara langsung di Toko Tool Station Gresik.

### **3.8 Tehnik Pengolahan Dan Analisis Data**

#### **3.8.1 Uji Instrumen**

##### **3.8.1.1 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.

Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Santoso,2007:208). Dalam uji validitas ini suatu butir pertanyaan atau variabel dinyatakan valid jika  $r$  hasil  $>$  dari angka kritis dalam tabel  $r$  product moment.  $r$  tabel dicari pada signifikansi 0,05 dan jumlah data ( $n$ ) = 100,maka didapat  $r$  tabel sebesar 0,195.

##### **3.8.1.2 Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah instrumen yang menggambarkan kejegan atau kestabilan alat ukur yang digunakan. Sugiyono, (2009:348). Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran apabila dilakukan dua kali pengukuran atau lebih terhadap objek dengan alat ukur yang sama.

Suatu variabel dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Dalam uji reliabilitas jika nilai

*Cronbach Alpha* > 0,60 (Nunnally, 1976 dalam Ghozali,2011:42) maka data tersebut reliabel.

### **3.8.2 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.2.1 Uji Normalitas**

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Pada prinsipnya, normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau histogram dari residualnya. Data normal dan tidak normal dapat diuraikan sebagai berikut (Ghozali, 2011;160-165):

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, tidak menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### **3.8.2.2 Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali (2011: 105-106) menyatakan uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai

VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

Hipotesa yang digunakan dalam uji multikolinieritas adalah :

Ho : Tidak ada Multikolinieritas

Ha : Ada Multikolinieritas

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

Jika VIF  $> 10$  atau jika tolerance  $< 0,1$  maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika VIF  $< 10$  atau jika tolerance  $> 0,1$  maka Ho diterima dan Ha ditolak.

### **3.8.2.3 Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2011: 110).

Pada penelitian ini untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW test).

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai DW terletak antara batas atas ( $du$ ) dan ( $4-du$ ), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah ( $dl$ ), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar dari pada ( $4-dl$ ), maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif.

4. Bila nilai DW terletak diantara batas atas ( $du$ ) dan batas bawah ( $dl$ ) atau DW terletak antara ( $4-du$ ) dan ( $4-dl$ ), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

#### **3.8.2.4 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji *white*. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik *Plot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. (Ghozali, 2011: 139-143).

### **3.9 Teknik Analisis Data**

#### **3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat. (Sugiyono, 2010; 270). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor yang dijadikan penelitian, maka peneliti menggunakan regresi linier berganda dan pengolahannya dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for windows*.

Dalam rangka menganalisis pengaruh variabel bebas dengan variabel tergantung agar sesuai dengan tujuan penelitian, maka digunakan pendekatan regresi linier berganda. Analisis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Dimana :

- Y = Keputusan Pembelian  
 a = Kostanta atau intersep, yaitu Y pada saat  $X_1 = X_2 = 0$   
 $X_1$  = Kualitas Pelayanan  
 $X_2$  = Harga  
 $X_3$  = Lokasi  
 $X_4$  = *Store Atmosphere*  
 e = *error* atau koefisien pengganggu  
 $b_1$  = Koefisien regresi parsial untuk mengukur pengaruh  $X_1$  terhadap Y jika  $X_1$  berubah (positif atau negatif) satu unit dan  $X_2, X_3, X_4$  konstan.  
 $b_2$  = Koefisien regresi parsial untuk mengukur pengaruh  $X_2$  terhadap Y jika  $X_2$  berubah (positif atau negatif) satu unit dan  $X_1, X_3, X_4$  konstan.  
 $b_3$  = Koefisien regresi parsial untuk mengukur pengaruh  $X_3$  terhadap Y jika  $X_3$  berubah (positif atau negatif) satu unit dan  $X_1, X_2, X_4$  konstan  
 $b_4$  = Koefisien regresi parsial untuk mengukur pengaruh  $X_4$  terhadap Y jika  $X_4$  berubah (positif atau negatif) satu unit dan  $X_1, X_2, X_3$  konstan

### 3.10 Uji Hipotesis

#### 3.10.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009; 84).

1.  $H_0 = b_1, b_2, b_3, b_4, = 0$  artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen.
2.  $H_1 = b_1, b_2, b_3, b_4, = 0$  artinya secara parsial terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\beta_i}{se(\beta_i)}$$

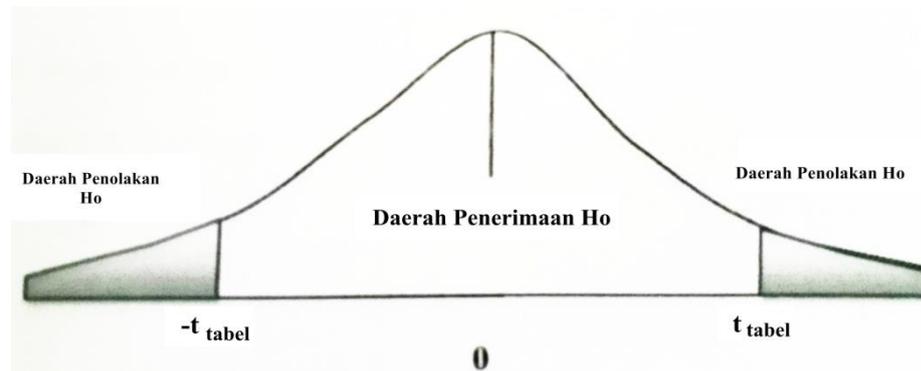
Keterangan:

$B_i$  = Koefisien Regresi

$S_e$  = standart eror

Tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$  (priyatno, 2012;91).

4. Kriteria pengujian sebagai berikut :



Gambar 3.1  
Distribusi Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji t

Kriteria Pengujian :

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial ada pengaruh antara kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian.
2. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel} = H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian.

### 3.10.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen (kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *store atmosphere*) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian konsumen)

(Ghozali, 2009; 84). Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $F_{\text{tabel}}$  dengan  $F_{\text{hitung}}$  yang terdapat pada tabel *analysis of variance*.

Untuk menentukan  $F_{\text{table}}$ , tingkat signifikansi yang digunakan 5% dengan derajat kebebasan  $df = (n-k)$  dan  $(k-1)$ . Menentukan  $F_{\text{hitung}}$ , dapat dilakukan dengan menggunakan formula sebagai berikut :

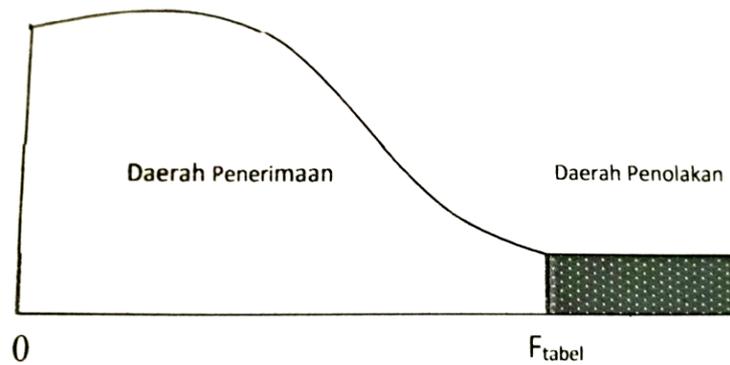
$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Dimana:  $R^2 =$  Koefisien determinasi  
 $n =$  Jumlah anggota sampel  
 $k =$  Jumlah variabel independen

Kriteria uji yang digunakan adalah:

1. Apabila  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa variabel independent (kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *store atmosphere*) tidak berpengaruh terhadap variabel dependent (keputusan pembelian).
2. Apabila  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa variabel independent (kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *store atmosphere*) berpengaruh terhadap variabel dependent (keputusan pembelian).

3. Kriteria pengujian sebagai berikut :



Gambar 3.2  
Kurva Distribusi Penolakan (Penerimaan Hipotesis Secara Simultan)

Kriteria pengujian:

1. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$  ditolak, artinya variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *store atmosphere* secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara signifikan.
2. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$  diterima, artinya variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi dan *store atmosphere* secara simultan tidak mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara signifikan.