

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah Penelitian kausalitas. Penelitian ini bermaksud menjelaskan hubungan kausal antara variabel melalui pengujian hipotesis. dalam skripsi ini menggunakan penelitian kuantitatif, sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan korelasional. Pendekatan jenis ini bertujuan untuk melihat apakah antara dua variabel atau lebih memiliki hubungan atau korelasi atau tidak (Sugiyono, 2011 : 29). Berangkat dari suatu teori, gagasan para ahli, ataupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan-permasalahan yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan.

### **3.2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Sebagai lokasi penelitian ini adalah Outlet Sumber Waras Depot Jamu Herbal yang terletak di Jalan Kalimantan No. 160 Gresik Kota Baru Manyar Gresik.

### **3.3. Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.3.1. Populasi Penelitian**

Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan obyek penelitian apabila seseorang akan meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi (Arikunto, 2011 :108). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung *Outlet* Sumber Waras Depot Jamu Herbal yang terletak di Jalan Kalimantan No. 160 Gresik Kota Baru Manyar Gresik.

#### **3.3.2. Sampel Penelitian**

Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2011:116). Sampel adalah bagian dari populasi, survey sample adalah suatu prosedur dalam mana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki oleh populasi (Arikunto, 2011 : 111)..

Penentuan jumlah sampel didasarkan atas teori menurut Roscoe dalam buku Sugiyono (2011 : 118) memberikan *rule of thumbs* mengenai sampel size adalah sebagai berikut :

1. Sampel size lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk semua riset.
2. Kalau sampel dibagi menjadi sampel, maka minimum berjumlah 30 untuk tiap kategori.
3. Pada studi multivariate, sampel harus beberapa kali lebih besar dari jumlah variabel dalam studi (misalnya 10 x jumlah variabel).
4. Untuk riset eksperimen dengan kontrol ketat, sampel size cukup besar 10-30.

Dalam penelitian ini jumlah variabelnya adalah 4 (empat), yang terdiri dari 3 (tiga) variabel bebas (X), yaitu : motivasi konsumen ( $X_1$ ), sikap konsumen ( $X_2$ ) dan persepsi pelayanan ( $X_3$ ) dan 1 (satu) terikat (Y) yaitu minat beli.

Dengan mengacu pada pendapat Sugiyono poin 3 dan 4, sehingga jumlah sampel adalah  $25 \times 4$  variabel = 100. Dengan demikian jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini yaitu sebanyak 100 pelanggan *Outlet* Sumber Waras Depot Jamu Herbal Gresik Kota Baru Manyar Gresik.

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian adalah 100 orang pelanggan, kemudian penentuan sample menggunakan *non probability sampling* dengan memakai teknik *sampling incidental*, dalam penelitian ini seluruh pelanggan *Outlet* Sumber Waras di GKB Gresik. Teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sample, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. (Sugiyono, 2011 : 85)

### **3.4. Jenis dan Sumber Data**

#### **3.4.1. Jenis Data**

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif.

1. Data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka (Sugiyono, 2011). Yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum obyek penelitian, meliputi : Sejarah singkat berdirinya obyek penelitian, letak geografis obyek, Visi dan Misi, struktur organisasi.

2. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka (Sugiyono, 2011). Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah: Jumlah karyawan, jumlah sarana dan prasarana, dan hasil penyebaran kuesioner.

#### **3.4.2. Sumber Data**

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu :

1. Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah segala kondisi yang dimiliki oleh obyek penelitian.
2. Sumber data skunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Dalam penelitian ini, dokumentasi dan angket merupakan sumber data sekunder.

#### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

1. Metode Dokumentasi

Suharsimi Arikunto (2011 : 206) metode dokumentasi adalah mencari data yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya. Nazir (2011 : 133) menyatakan bahwa

studi dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku mengenai pendapat, dalil yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.

## 2. Teknik Kuesioner

Metode kuisisioner berupa sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Dalam penelitian ini kuisisioner di bagikan kepada pemilik ruko atau yang menempati ruko sebagai responden. Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini mengacu pada Skala Likert (*Likert Scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan skala 1 – 5 kategori jawaban, yang masing-masing jawaban diberi *score* atau bobot yaitu banyaknya *score* antara 1 sampai 5, yaitu :

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1
- b. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- c. Cukup Setuju diberi skor 3
- d. Setuju (S) diberi skor 4
- e. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5

## 3.6. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

### 3.6.1. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel adalah suatu besaran yang dapat diubah atau berubah sehingga dapat mempengaruhi peristiwa atau hasil penelitian. Dengan penggunaan variabel, kita dapat dengan mudah memperoleh dan memahami permasalahan. Sesuai dengan kerangka pikir, dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel, yaitu :

1. Variabel terikat (Y)

Variabel Dependen (Variabel Terikat) adalah variabel yang dipengaruhi, akibat dari adanya variabel bebas. Dikatakan sebagai variabel terikat karena variabel terikat dipengaruhi oleh variabel independen (variabel bebas). Variabel Dependen disebut juga dengan variabel terikat, variabel output, Konsekuen, variabel tergantung, kriteria, variabel terpengaruh, dan variabel efek. Sebagai variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat beli (Y).

2. Variabel Bebas (X)

Variabel Independen (Variabel Bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahan timbulnya variabel terikat (dependen). Variabel Independen disebut juga dengan variabel perlakuan, kausa, risiko, variabel stimulus, antecedent, variabel pengaruh, treatment, dan variabel bebas. Dapat dikatakan variabel bebas karena dapat mempengaruhi variabel lainnya. Sebagai variabel bebas adalah : Motivasi konsumen ( $X_1$ ), Sikap konsumen ( $X_2$ ) dan Persepsi Pelayanan ( $X_3$ )

### **3.6.2. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional pada penelitian adalah unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah (Sugiyono, 2011 : 322). Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel, yaitu :

1. Minat beli (Y)

minat beli adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dili hatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk

tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat untuk memilikinya. Sebagai indikator pengukuran minat beli di *Outlate* Sumber Waras di GKB Gresik adalah :

- a. Keyakinan dalam membeli.
- b. Merencanakan pembelian.
- c. Sesuai dengan keinginannya (Ferdinand, (2010 : 130).

2. Motivasi konsumen ( $X_1$ )

Motivasi konsumen adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Semua individu mempunyai kebutuhan, hasrat, dan keinginan. Sebagai indikator pengukuran motivasi konsumen dalam membeli obat di *Outlate* Sumber Waras di GKB Gresik adalah :

- a. Harga Produk
- b. Kualitas Produk
- c. Ketersediaan barang (Dharmesta dan Handoko, 2011 : 78)

3. Sikap konsumen ( $X_2$ )

Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah–masalah yang baik ataupun kurang baik secara konsekuen (Dharmmesta dan Handoko, 2011). Sebagai indikator pengukuran sikap konsumen dalam membeli produk di *Outlate* Sumber Waras di GKB Gresik adalah :

- a. Merek Produk.
  - b. Pengetahuan tentang produk.
  - c. Perasaan seseorang terhadap produk
4. Persepsi Pelayanan ( $X_3$ )

Persepsi pelayanan sebagai penilaian subyektif konsumen tentang keunggulan atau kelebihan pelayanan secara keseluruhan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi pelayanan adalah persepsi atau penilaian pelanggan terkait dengan keunggulan suatu produk pelayanan secara keseluruhan (Zeithaml dalam Killa, 2011 : 417). Sebagai indikator pengukuran persepsi pelayanan di *Outlate* Sumber Waras di GKB Gresik adalah :

- a. Kualias keseluruhan
- b. Kemudahan penggunaan.
- c. Kehandalan barang

### **3.7. Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis**

#### **3.7.1. Analisis Diskripsi Frekuensi Skor Jawaban Responden**

Analisis Deskriptif/kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciriciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Deskripsi data penelitian yang menggambarkan data dari jawaban responden mengenai variabel–variabel dalam penelitian ini, didistribusikan dengan teori pendeskripsian skor dari Nadsir (2008), menyebutkan apabila nilai rata-rata mean dari indikator variabel penelitian berada pada rentang nilai.

### **3.7.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian**

#### **3.7.2.1. Uji Validitas Instrumen Penelitian**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, (Ghozali, 2011).

Suatu instrumen dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut dapat menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya instrumen tersebut. Sisi lain yang penting adalah kecermatan pengukuran, yaitu kecermatan dalam mendeteksi perbedaan-perbedaan kecil yang ada pada variabel yang diukurnya. Pengukuran validitas pada instrumen ini dilakukan dengan korelasi *product moment* antara skor butir dengan skor skalanya. Koefisien korelasi dapat dianggap memuaskan jika melebihi 0,30. (Ghozali, 2011).

#### **3.7.2.2. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian**

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2011). Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah *reliable* akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program computer SPSS 21.00 Kriteria penilaian ujireliabilitas adalah (Ghozali, 2011) :

1. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 70% atau 0,7 maka kuesioner tersebut reliable.
2. Apabila hasil koefisien alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 70% atau 0,7 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

### 3.7.3. Uji Asumsi Klasik

Beberapa uji asumsi klasik berikut ini harus dipenuhi dalam menggunakan suatu model regresi, yaitu :

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas atau kehormatan digunakan untuk mendeteksi apakah distribusi variabel-variabel bebas dan terikat adalah normal. Menurut Santoso (2004) normalitas dapat dideteksi dengan melihat sebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik *normal P – Plot of Regression Standardized Residual*. Suatu model dikatakan memenuhi asumsi normalitas apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Cara lain untuk menguji normalitas data dapat pula dilakukan dengan menggunakan uji *chi square*  $< 0,05$  (5%) maka data terdistribusi secara normal dan jika sebaliknya maka terdistribusi tidak normal.

#### 2. Uji Heteroskedastisitas

Penyimpangan asumsi klasik yang kedua adalah adanya *heteroskedastisitas*. Artinya varians variabel dalam model tidak sama (konstan). Konsekuensi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi adalah penaksiran (*estimator*) yang diperoleh tidak efisien baik dalam sampel kecil maupun dalam sampel besar, walaupun penaksiran yang diperoleh menggambarkan populasinya

(tidak bias) dan bertambahnya sampel yang digunakan akan mendekati nilai sebenarnya (konsisten). Ini disebabkan oleh variansnya yang tidak minimum (tidak efisien).

Diagnosis adanya *heteroskedastisitas* secara kuantitatif dalam suatu regresi dapat dilakukan dengan melakukan pengujian korelasi *rank Spearman*. Pengujian ini menggunakan distribusi t dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Jika  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  maka pengujian menolak hipotesis nol ( $H_0$ ), yang menyatakan tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi. Artinya model tersebut mengandung *heteroskedastisitas*.

Diagnosis lain dengan menggunakan *Glesjer test*. Uji Glesjer dilakukan dengan membuat model regresi yang melibatkan nilai absolut residual ( $|e|$ ), sebagai variabel dependen, terhadap semua variabel independen. Jika semua variabel independen signifikan secara statistik, maka terdapat heteroskedastisitas (Algifari, 2010).

### 3. Uji *Multikolinieritas*

Penyimpangan asumsi model klasik yang pertama adalah adanya multikolinieritas dalam model regresi yang dihasilkan. Artinya antara variabel independen yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1).

Konsekuensi yang sangat penting bagi model regresi yang mengandung multikolinieritas adalah bahwa kesalahan standar estimasi akan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel independent, tingkat signifikansi yang digunakan untuk menolak hipotesis nol akan semakin sebsar

dan probabilitas menerima hipotesis yang salah (kesalahan  $\beta$ ) juga akan semakin besar. Akibatnya model regresi yang diperoleh tidak sah (valid) untuk menaksirkan nilai variabel independen.

Diagnosis sederhana terhadap adanya *multikolinieritas* dalam model regresi adalah sebagai berikut (Algifari, 2010).

- a. Melalui nilai  $t_{hitung}$ ,  $R^2$ , dan F ratio. Jika  $R^2$  tinggi, nilai  $F_{ratio}$  tinggi sedangkan sebagian besar atau bahkan seluruh koefisien regresi tidak signifikan (nilai  $t_{hitung}$  sangat rendah), maka kemungkinan terdapat multikolinieritas.
- b. Menentukan koefisien korelasi antara variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain. Jika antara dua variabel memiliki korelasi yang spesifik (misalnya koefisien korelasi yang tinggi antara variabel independen atau tanda koefisien korelasi variabel independen berbeda dengan tanda koefisien regresinya), maka terdapat multikolinieritas.
- c. Membuat persamaan regresi antara variabel independen. Jika koefisien regresinya signifikan, maka terdapat multikolinieritas.
- d. Jika terjadi gejala multikol antara variabel bebas, maka dapat diatasi dengan jalan menghilangkan salah satu atau beberapa variabel yang mempunyai korelasi tinggi dari model regresi (mengeluarkan variabel bebas yang menyebabkan terjadinya *multikolinieritas*).

Diagnosis secara sederhana terhadap adanya multikolinieritas di dalam regresi adalah dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*).

Variabel-variabel yang memiliki nilai VIF melebihi nilai 5 dipastikan terjadi multikolinieritas (Santoso, 2012).

#### 4. Uji Linieritas

Untuk mengetahui apakah model yang dihasilkan bersifat linier atau tidak dapat dideteksi dengan melihat *scatter plot* antara standar residual dengan prediksinya. Suatu model dikatakan memenuhi asumsi linieritas apabila sebaran tidak menunjukkan pola tertentu, maka dikatakan asumsi linieritas memenuhi syarat. Hasil pengujian menunjukkan *scatter plot* tidak membentuk pola tertentu sehingga uji asumsi linieritas memenuhi persyaratan.

### 3.7.4. Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis

#### 3.7.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan *software* statistik SPSS, hal tersebut digunakan dengan tujuan untuk mempermudah proses analisis dan hasil yang akurat. Model regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan pengaruh motivasi konsumen ( $X_1$ ), sikap konsumen ( $X_2$ ) dan persepsi pelayanan ( $X_3$ ) terhadap minat beli (Y) konsumen di *Outlate* Sumber Waras di GKB Gresik, di mana persamaan operasional yang digunakan adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y	: Minat beli
$\alpha$	: Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	: Koefisien regresi linier berganda
$X_1$	: Motivasi konsumen
$X_2$	: Sikap konsumen
$X_3$	: Persepsi pelayanan
e	: Variabel pengganggu

#### 3.7.4.2. Koefisien Determinasi Berganda (*R square*)

Menurut Algifari (2010) bahwa determinasi berganda adalah : “jika semua titik terletak tepat pada garis regresi sampel maka  $r^2 = 1$ , dalam hal ini dikatakan sesuai secara sempurna (*perfect fit*)”. Interpretasi terhadap koefisien regresi dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari model regresi linier berganda adalah perlu. Dalam uji statistik masih diperlukan untuk mengetahui besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yang terdiri motivasi konsumen ( $X_1$ ), sikap konsumen ( $X_2$ ) dan persepsi pelayanan ( $X_3$ ) terhadap minat beli (Y) konsumen di *Outlate* Sumber Waras di GKB Gresik. Dengan ketentuan pengambilan keputusan, yaitu :

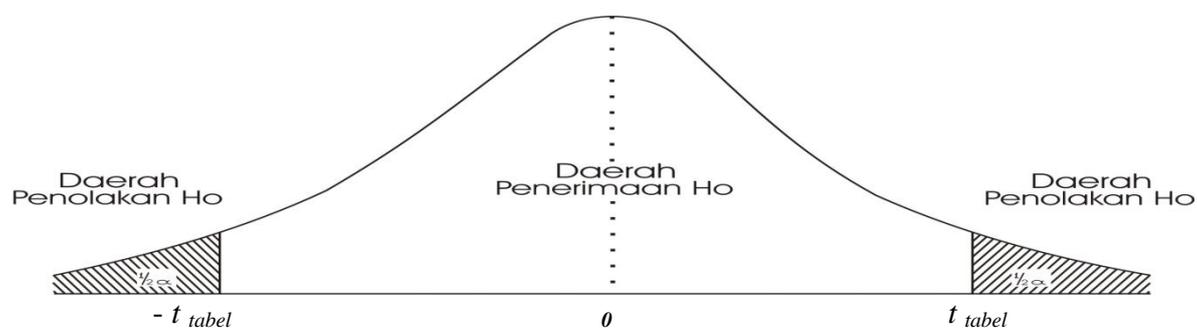
1. Bila  $R^2 = 1$  artinya terdapat korelasi yang kuat antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) .
2. Bila  $R^2 = 0$  artinya tidak terdapat korelasi antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

### 3.7.5. Pengujian Hipotesis

Sedangkan untuk menguji kebenaran pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas, yaitu variabel motivasi konsumen ( $X_1$ ), sikap konsumen ( $X_2$ ) dan persepsi pelayanan ( $X_3$ ) terhadap minat beli ( $Y$ ) konsumen di *Outlate* Sumber Waras di GKB Gresik, dimana pengujian hipotesis dilakukan uji statistik yaitu uji t, dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Jika nilai t hitung  $>$  nilai t tabel atau nilai probabilitas signifikansinya  $<$  0,05 maka hipotesis diterima, berarti ada pengaruh signifikan antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai t hitung  $<$  nilai t tabel atau nilai probabilitas signifikansinya  $>$  0,05 maka hipotesis ditolak, berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Adapun grafik uji secara parsial (Uji t) dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 3.1**  
**Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan  $H_0$  Uji t**  
 Proses penganalisaan data, dilakukan dengan *shofware* statistik SPSS

(*Statistical Program for Social Sciences*) 21.00 for Windows Version.