

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Menurut Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Adapun pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2012: 29) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Objek penelitian ini dilakukan di Indomaret Gresik Kota Baru. , JL Jawa No. 28 Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik 61121.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2015:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi yang dimaksud penelitian ini adalah konsumen Indomaret Gresik cabang Gresik Kota Baru yang memiliki pelanggan perhari minimal 500 orang responden.

#### **3.3.2 Sampel**

Sugiyono menyatakan (2010:81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulnnya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul reperensif . Sempel dalam penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian di Indomaret Gresik cabang Gresik Kota Baru saat penelitian berlangsung.

### 3.3.2.1 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sampel dengan menggunakan *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis, kuota, insidental, purposive jenuh, snowball*. (Sugiyono 2010:120) maka penelitian menggunakan teknik *sampling insidental*, *sampling insidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan di temui itu cocok sebagai sumber data. Menurut Sugiyono (2015; 74) sampel yang baik berjumlah antara 30-500 orang responden..

Menurut Ferdinan (2011) dalam penelitian multivariate penentuan jumlah minimal sampel dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= (25 \times \text{Variabel Independen}) \\ &= 25 \times 6 \\ &= 150 \text{ orang responden.} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 orang responden.

## 3.4 Identifikasi Dan Definisi Variabel

### 3.4.1 Identifikasi Variabel

Berdasarkan permasalahan dan hipotesis yang diajukan, maka variabel yang dianalisis dan dioperasionalkan terdiri dari dua macam yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dapat diterangkan sebagai berikut:

Objek penelitian ini terdiri dari tujuh variabel, yaitu variabel Independen dan variabel Dependen. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah lokasi (X1) ragam produk (X2), harga (X3), promosi (X4), pelayanan (X5), bukti fisik (X6) dan variabel Dependen atau terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

### **3.4.2 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional memberikan pengertian terhadap konstruk atau memberikan variabel dengan menspesifikasikan kegiatan atau tindakan yang diperlukan peneliti untuk mengukur.

Menurut Zulganef (2013:84) Definisi operasional atau sering dinamakan juga sebagai operasionalisasi variabel adalah kegiatan atau proses yang dilakukan peneliti untuk mengurangi tingkat abstraksi konsep sehingga konsep tersebut dapat diukur.

Dalam penelitian ini variabel yang akan dianalisis adalah ragam produk, harga, promosi, pelayanan, fasilitas fisik, serta keputusan pembelian konsumen. Definisi Operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Variabel Independen**

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah :

- a. Lokasi ( $X_1$ )

Lokasi toko sangat berpengaruh pada tingkat profitabilitas dan keberhasilan usaha dalam jangka panjang. Lokasi akan mempengaruhi jumlah dan jenis konsumen yang akan tertarik untuk datang ke lokasi strategis, mudah dijangkau oleh sarana transportasi yang ada, serta kapasitas parkir yang cukup memadai bagi konsumen (Foster, 2008: 52). Menurut Sri Widowati (2011:183) variable lokasi lebih memakai indikator berikut :

- 1) Lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2) Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Tempat parkir yang luas dan aman.

b. Ragam produk ( $X_2$ )

Ragam produk adalah barang atau jasa yang di tawarkan produsen kepada konsumen. ragam produk yang di tawarkan yaitu beraneka ragam seperti makanna, minuman, dan kebutuhan rumah tangga. Ragam produk dalam penelitian ini di ukur dengan menggunakan indikator (Utami 2010 86-87):

- 1) Kelengkapan ragam produk yang dijual
- 2) Ragam produk yang disediakan adalah ragam produk yang berkualitas.
- 3) Konsisten dengan kebutuhan konsumen

c. Harga ( $X_3$ )

Harga yaitu biaya yang telah di keluarkan konsumen untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang di inginkan konsumen tersebut. Harga dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator (Kotler, dan Armstrong

(2008:278), dalam penelitian ini di ukur dengan menggunakan indikator yang mencirikan harga yaitu:

- 1) Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Ragam produk
- 2) Daya Saing Harga
- 3) Kesesuaian Harga Dengan Manfaat.

d. Promosi ( $X_4$ )

Promosi adalah suatu komunikasi produsen kepada konsumen untuk mempengaruhi konsumen agar melakukan pembelian, yang di tawarkan produsen kepada konsumen. Promosi juga bisa berupa dengan memberikan potongan harga, pemberian bonus dan vocer belanja kepada konsumen. Promosi dalam penelitian ini di ukur dengan menggunakan indikator (Shopiah dan Syihabudhin, 2008;148):

- 1) Mengadakan penjualan dengan diskon (*sale*)
- 2) Secara teratur melakukan promosi hadiah barang
- 3) Even khusus

e. Pelayanan ( $X_5$ )

Pelayanan Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:77), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai sesuai dengan harapan pelanggan. Untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan dikembangkan suatu alat ukur kualitas layanan yang disebut Servqual (*Service Quality*). Menurut Shopia dan Syihabudin

(2008:147). Indikator pelayanan dalam bauran ritel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Pilihan cara bayar
- 2) Kemampuan karyawan dalam melayani
- 3) Katalog yang dikirimkan kerumah

f. Bukti Fisik ( $X_6$ )

Bukti fisik adalah lingkungan fisik, dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumen berinteraksi (Utami, 2010: 89). Indikator yang digunakan dalam variabel bukti fisik adalah:

- 1) Tata letak
- 2) Desain eksterior
- 3) Desain interior

2. Variabel Dependen

a. Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian menurut Swastha dan Handoko (2012:15) merupakan suatu proses pendekatan untuk penyelesaian masalah yang dihadapi dalam kegiatan manusia untuk melakukan pembelian barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Menurut Swastha dan Handoko

(2012;102) keputusan pembelian suatu ragam produk memiliki Indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian konsumen antara lain :

- 1) Memilih keputusan tentang jenis ragam produk
- 2) Keputusan Lokasi Toko
- 3) Memilih keputusan tentang cara pembayaran

### **3.5 Pengukuran Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016 : 135) Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala pengukuran likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item dari tanggapan responden mempunyai urutan mulai dari “Sangat setuju” sampai “sangat tidak setuju”, analisis kuantitatif yang menggunakan skala Likert pada setiap butir pertanyaan akan diberi skor seperti terlihat pada tabel:

1. Sangat Setuju = 5
2. Setuju = 4
3. Netral = 3
4. Tidak Setuju = 2
5. Sangat Tidak Setuju = 1

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

Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer menurut Sekaran dalam Zulganef (2013:160) merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara), dalam hal ini adalah data primer yang dimaksud yaitu informasi melalui kuisisioner yang diberikan secara langsung pada konsumen yang melakukan pembelian di Indomaret Gresik cabang Gresik Kota Baru.

### **3.7 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Menurut Sugiyono (2013:12) mengatakan bahwa metode survey adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner. Proses pengumpulan data dengan metode survei ini dilakukan dengan alat bantu kuisisioner yang disebarkan secara langsung kepada konsumen yang melakukan pembelian di Indomaret Gresik Cabang Gresik Kota Baru.

### 3.8 Uji Instrumen

Sebelum digunakan, suatu angket dalam penelitian harus diuji terlebih dahulu. Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun merupakan hasil yang baik, karena baik buruknya instrumen akan berpengaruh pada benar tidaknya data dan menentukan kualitas hasil penelitian.

#### 3.8.1 Uji Validitas

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 ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) dengan derajatbebasataudegreeoffreedom (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$2$  = *two tail test*

#### 1.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur tersebut dapat dipercaya. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu data dikatakan reliabel adalah jika variabelnya memiliki nilai *Cronbach alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2009:16).

Dalam pengujian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha. Perhitungan koefisien alpha memanfaatkan bantuan SPSS 15.0 dan batas kritis untuk nilai alpha untuk mengindikasikan kuesioner yang reliabel adalah 0,60. Jadi nilai koefisien alpha  $> 0,60$  merupakan indikator bahwa kuisoner tersebut reliable dan dapat digunakan sebagai alat uji atau instrumen penelitian.

### **3.9. Uji Asumsi Klasik**

Model regresi linier berganda dapat disebut model yang baik apabila model tersebut bebas dari asumsi-asumsi klasik. Menurut Ghazali (2016:103) uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini meliputi Uji normalitas data, Uji Autokorelasi, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heterokedasitas.

#### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013:154). Pengujian normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *one sample Kolinogrov-smirnov test*, dengan melihat tingkat signifikansi sebesar 5%. Hasil pengujian dari uji normalitas data yang menunjukkan probabilitas *asyp.sig (2-taled)*  $> 0,05$  maka datatersebut memiliki distribusi normal, sebaliknya, hasil pengujian yang menunjukkan probabilitas *asyp.sig (2-taled)*  $< 0,05$  maka data tersebut memiliki distribusi yang tidak normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas menurut Ghazali (2013:103) 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. Apabila variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1/\text{tolerance}$ ). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan tidak adanya multikolinieritas adalah nilai  $VIF \geq 10$ .

## 3. Uji Glejser

Uji *glejser* merupakan salah satu cara yang digunakan untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas. Uji *glejser* ini meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2013:142) dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_t$$

Apabila variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Absolut  $U_t$  (Abs $U_t$ ), maka akan terjadi heteroskedastisitas. Tidak

akan ada indikasi terjadi heteroskedastisitas apabila probabilitas tingkat signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05.

### 3.10 Teknik Analisis

#### 1. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi Linier berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen  $Y$  (Lupiyoadi dan Ridho, 2015:157). Secara umum model regresi linier berganda untuk populasi adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_6X_6 + e$$

Keterangan :

Y	= Keputusan konsumen untuk membeli pada toko
a	= Nilai konstanta / parameter intercept.
X1	= Lokasi
X2	= Ragam Produk
X3	= Harga
X4	= Promosi
X5	= Pelayanan
X6	= Bukti Fisik
b1, b2, ..., b6	= Koefisien X1, X2, X3
e	= Pengaruh variabel lain

#### 2. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) merupakan perbandingan antara variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen secara bersama-sama dibandingkan dengan variasi total variabel dependen. Menurut Ghazali (2013;100) bahwa koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa

jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> 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.

### 3. Uji t

Uji t-parsial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar-benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (Lupiyoadi dan Ridho, 2015:168). Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bauran ritel (Lokasi, Ragam produk, Harga, Promosi, Pelayanan, dan Bukti Fisik) secara parsial terhadap Struktur Keputusan Pembelian.

#### a. Merumuskan hipotesis statistik

- 1)  $H_0 : b_1=b_2=b_3=b_4=b_5=b_6 =0$  artinya variabel Lokasi (X1), Ragam Produk (X2), Harga, (X3), Promosi (X4), Pelayanan (X5), Bukti Fisik (X6) secara parsial tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2)  $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq b_6 \neq 0$  artinya Lokasi (X1), Ragam Produk (X2), Harga, (X3), Promosi (X4), Pelayanan (X5), Bukti Fisik (X6) secara parsial ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b. Menentukan t tabel

Menentukan taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) dengan pengujian dua arah (*2-tailed*) dengan derajat sebesar atau *degree of freedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

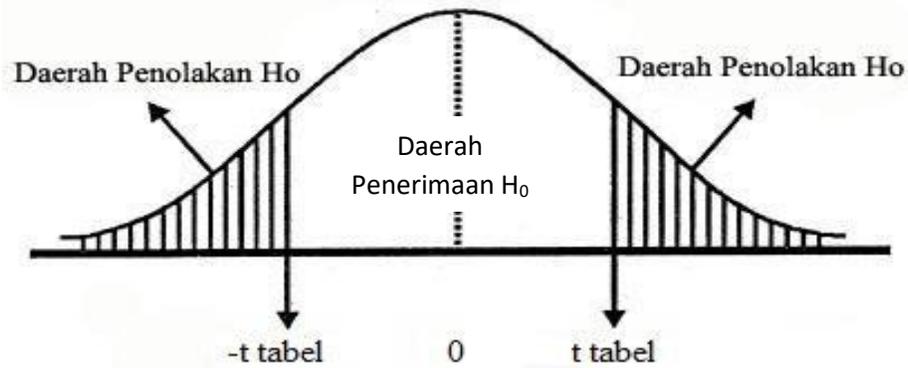
Keterangan :

n = jumlah sampel

2 = *two tail test*

c. Menentukan kriteria pengambilan keputusan

- 1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikansi (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai signifikansi (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.



**Gambar 3.1**  
**Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan  $H_0$  Uji t**

### 3. Uji F

Uji statistik F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama) pada konsep regresi linier adalah pengujian mengenai apakah metode regresi yang didapatkan benar dapat diterima (Lupiyoadi dan Ridho, 2015:167) . Uji simultan bertujuan untuk menguji apakah variabel-variabel dari Bauran Eceran (Lokasi, Ragam produk, Harga, Promosi, Layanan, dan Bukti Fisik ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian. Untuk pengujian hipotesis menurut Lupiyoadi dan Ridho (2015:158) digunakan uji F dengan rumus :

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

Keterangan :

F = F-hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F- tabel

k = Jumlah variabel independen

R<sup>2</sup>= Koefisien korelasi ganda yang telah ditemukan

$n$  = Jumlah sampel

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap antara lain :

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0: b_1=b_2=b_3=b_4=b_5=b_6=0$  artinya variabel Lokasi (X1), Ragam Produk (X2), Harga, (X3), Promosi (X4), Pelayanan (X5),Bukti Fisik (X6) secara simultan tidak ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

3)  $H_a: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq b_6 \neq 0$  artinya variabel Lokasi (X1), Ragam Produk (X2), Harga, (X3), Promosi (X4), Pelayanan (X5),Bukti Fisik (X6) secara simultan ada pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

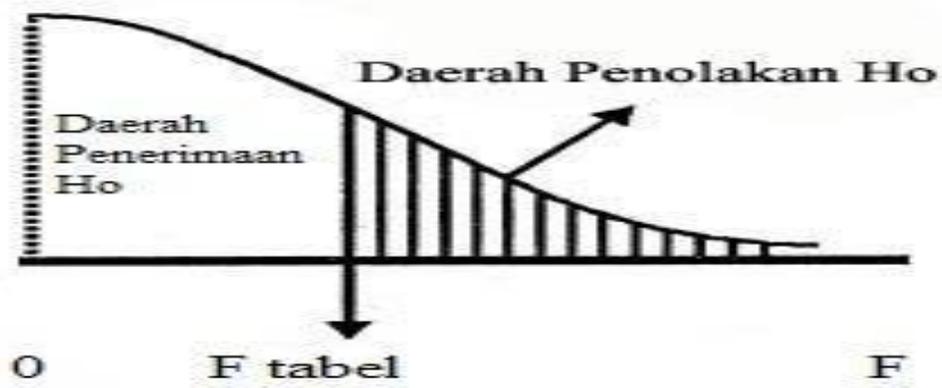
b. Menentukan  $F_{\text{tabel}}$

Menentukan taraf nyata ( $\alpha$ ) = 0,05 atau 5% dan  $df = (k-1); (n-k)$  untuk menentukan nilai  $F_{\text{tabel}}$

c. Kriteria yang digunakan dalam uji F adalah :

1) Apabila  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  atau nilai signifikansi  $< \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara simultan ada pengaruh antara Lokasi (X1), Ragam Produk (X2), Harga, (X3), Promosi (X4), Pelayanan (X5),Bukti Fisik (X6) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2) Apabila  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  atau nilai signifikansi  $> \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya secara simultan tidak ada pengaruh antara Lokasi (X1), Ragam Produk (X2), Harga, (X3), Promosi (X4), Pelayanan (X5),Bukti Fisik (X6) terhadap Keputusan Pembelian (Y).



**Gambar 3.2**  
**Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji F**