

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Sugiyono (2015:23) mendefinisikan bahwasannya penelitian kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bisa disebut sebagai data kuantitatif yang di skoring. Melihat hubungan variabel, pendekatan kuantitatif terhadap objek penelitian bersifat sebab dan akibat, yang kemudian dari variabel tersebut dapat dihitung berapa besar pengaruhnya antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Koperasi Pesantren Mamba'us Sholihin, Jl.Kh. Syafi'i No. 07, Manyar, Suci, Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61151 Alasan menggunakan lokasi ini adalah karena hendak memecahkan permasalahan yang sedang diamati pada masyarakat Kec. Suci Manyar Kota Gresik.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Sugiyono, (2018:126) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah masyarakat Desa Suci, Gresik yang pernah berkumpul di Koperasi Pesantren Mamba'us Sholihin.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:81). Sedangkan menurut Indriantoro dan Supomo (2014:115) peneliti dapat meneliti seluruh elemen populasi (disebut dengan sensus) atau meneliti sebagian dari elemen-elemen populasi (disebut dengan sampel). Peneliti menggunakan teknik *sampling purposive*. Sugiyono (2017:85) mendefinisikan teknik *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan sebuah pertimbangan tertentu/memiliki kriteria. Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan peneliti tentukan, hal ini dilakukan untuk mendapatkan sampel yang representatif, kriteria dalam sampel ini adalah sebagai berikut :

1. Masyarakat Suci, Gresik dengan umur 15-40 (bisa lebih)
 2. Orang yang pernah berkumpul di Koperasi Pesantren Mamba'us Sholihin
- Dikarenakan penelitian ini belum diketahui populasinya, rumus yang dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel adalah (menggunakan rumus Lameshow), sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 \cdot 1-a/2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

z : nilai standart = 1,96

P : maksimal estimasi = 0,5

d : alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Maka dapat diketahui jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1,9208 \cdot 0,5}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ (96 orang)}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang, dengan kriteria umur 15-40 (atau lebih) yang pernah berbelanja di Koperasi Pesantren Mamba'us Sholihin. Dan peneliti akan memberikan kuesioner untuk diisi oleh responden.

3.4. Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini termasuk dalam penelitian metode kuantitatif. Berdasarkan sampel yang ditentukan akan diperoleh data hingga dapat dianalisis sesuai dengan jawaban responden yang kemudian dapat diinterpretasikan.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber primer dan sumber sekunder, sumber primer merupakan sumber yang memberikan data langsung kepada pengumpul data dan sumber sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti atau bisa melalui orang lain dan atau dalam bentuk dokumen, Sugiono, (2015:194).

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner (angket) dan disebarluaskan secara langsung. Sugiyono (2015:93) mendefinisikan kuesioner merupakan teknik untuk pengumpulan suatu data dengan memberikan beberapa pertanyaan ataupun pernyataan kepada responden. Hasil jawaban dari responden diukur melalui skala likert. Kuesioner dalam penelitian ini para responden diberikan pertanyaan terkait harga, lokasi, dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Koperasi Pesantren Mamba'us Sholihin Kota Gresik. Kuesioner ini akan diberikan dan dibagikan secara langsung kepada pelanggan atau pengunjung yang berada di Koperasi Pesantren Mamba'us Sholihin.

3.6. Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1. Identifikasi Variabel

Identifikasi dibutuhkan untuk memberikan suatu gambaran serta acuan yang terdapat didalam penelitian, berdasarkan rumusan masalah serta hipotesis yang diajukan oleh peneliti, variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari sebagai berikut :

1. Variabel Independen / Bebas

Sugiyono (2019:39) mendefinisikan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi ataupun yang menjadi akibat perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini yaitu :

- a. Harga
- b. Lokasi
- c. *Store atmosphere*

2. Variabel Dependen atau Terikat

Sugiyono (2019:39) mengemukakan bahwa variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian konsumen (Y).

3.6.2. Definisi Operasional Variabel

Digunakan untuk memahami lebih mendalam mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini baik berdasarkan teori atau pengalaman-pengalaman empiris (Sugiyono 2017:149). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen (X)

Merupakan variabel bebas yang mempengaruhi variabel dependen (Y).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, diantaranya adalah :

a. Harga (X_1)

Harga dalam penelitian ini merujuk pada Kotler dan Keller (2014:67), yang menjelaskan bahwa "Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu". Indikator yang mencirikan harga yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian Stanton (2014:54), yaitu :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

b. Lokasi (X_2)

Lokasi pada penelitian ini mengadaptasi pada Lupiyoadi (2013:157) yang menunjukkan bahwa “Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan”. penataan lokasi yang sesuai serta menetapkan lokasi yang membuat pelanggan merasa nyaman dan aman menjadikan para pelanggan semakin loyal terhadap apa yang ingin dibeli. Beberapa faktor indikator dalam mempertimbangkan lokasi atau tempat agar dapat menarik konsumen, antara lain sebagai berikut :

1. Mudah dijangkau
2. Strategis
3. Lalu lintas lancar
4. Tempat parkir luas dan tertib
5. Lingkungan yang aman

c. *Store atmosphere* (X_3)

Store atmosphere pada penelitian ini merujuk pada Levy & Weitz (2012), bahwa Atmosfer mengacu pada desain lingkungan seperti komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma untuk mensimulasikan respon persepsi dan emosi pelanggan dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka.

Indikator *store atmosphere* dalam penelitian ini mengadaptasikan pada Berman & Evans (2010) adalah sebagai berikut :

1. *Interior* (bagian dalam toko)
 2. *Exterior* (bagian depan toko)
 3. *Store layout* (tata letak)
 4. *Interior Display*
2. Variable Dependen (Y)

Merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel independen (X). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu, keputusan pembelian (Y). Keputusan pembelian pada penelitian ini diadaptasikan dari Suarjana, dkk (2018) yang menjelaskan bahwa pengambilan keputusan pembelian merupakan aktivitas individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Adapun indikator dalam keputusan pembelian konsumen menurut Kotler dan Keller, (2007) sebagai berikut :

- a. Pengenalan kebutuhan, yaitu konsumen menyadari adanya kebutuhan atau masalah yang disebabkan karena adanya rangsangan dari internal atau eksternal.
- b. Pencarian informasi, jika konsumen sudah merasakan membutuhkan sesuatu maka konsumen akan mencari informasi mengenai produk yang akan dibelinya. Jika dorongan tersebut menjadi lebih kuat maka bisa jadi konsumen akan langsung membelinya, dan jika tidak maka konsumen akan menjadikan sebagai ingatan saja.
- c. Evaluasi *alternative*, konsumen akan dihadapkan dengan pilihan informasi yang dibutuhkannya, seperti merek dan kualitas. Konsumen akan melihat bobot yang berbeda pada setiap produk sesuai dengan kebutuhannya.

- d. Keputusan pembelian, tahap ini akan membentuk sebuah niat pembelian.
Biasanya konsumen akan memilih merek yang disukai dan membelinya.
- e. Perilaku sesudah pembelian, sesudah melakukan pembelian konsumen akan dihadapkan dengan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.

3.7. Pengukuran Data

Teknik pengukuran data yang digunakan adalah skala interval, maka dalam kuesioner ini digunakan skala likert (*likert scale*). Dimana jawaban dari pernyataan responden dari instrumen penelitian diberikan bobot nilai sebagai berikut :

1. Kategori Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor = nilai 1
2. Kategori Tidak Setuju (TS) diberi skor = nilai 2
3. Kategori Cukup Setuju (CS) diberi skor = nilai 3
4. Kategori Setuju (S) diberi skor = nilai 4
5. Kategori Sangat Setuju (SS) diberi skor = nilai 5

3.8. Uji Instrumen Penelitian

Sugiyono (2013:102) mendefinisikan instrumen penelitian merupakan suatu alat yang dapat digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data, namun sebelum kuesioner dipakai dalam analisa selanjutnya, kuesioner terlebih dahulu harus dilakukan uji validitas serta reliabilitas dengan menggunakan program SPSS.

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016 : 52) menyebutkan bahwa uji validitas dilakukan bertujuan untuk mengukur tingkat valid dalam suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila sebuah pertanyaan dalam kuesioner

mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. kriteria dalam uji validitas untuk setiap pertanyaan menurut Sugiyono (2014:184) adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel} (0,05)$ maka dapat dikatakan valid
- b. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel} (0,05)$ maka dapat dikatakan valid

2. Uji Reliabilitas

Djemari (2008:122) menyatakan bahwasanya besar indeks keandalan instrumen sama atau lebih besar dari 0,70 ($> 0,70$) maka dapat dikatakan reliabel. Dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS dengan cara *one shot* / pengukuran sekali saja dengan kriteria bahwa variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,70$.

3.9. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah estimasi telah memenuhi kriteria ekonometrik atau artinya tidak terjadi suatu penyimpangan yang serius. Uji mendapatkan model regresi baik haruslah terbebas dari penyimpangan data yang terdiri berikut ini :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak. Adapun penelitian ini menggunakan analisis *non parametrik kolmogorov-smirnov*. Uji normalitas dikatakan normal jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Ghozali (2013:160) menyatakan bahwasannya uji yang dilakukan untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov*.

2. Uji Multikolinieritas

Ghozali, (2016:103) menyatakan bahwasannya uji multikolinearitas dilakukan guna menguji model regresi terkait ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tidak akan terjadi korelasi antara variabel independen (bebas).

Uji Multikolinearitas dilihat dari nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Berikut ini merupakan dasar pengambilan uji multikolinearitas , adalah sebagai berikut :

- ii. Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.
- iii. Jika nilai VIF $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2013: 134) menyatakan bahwasannya uji heteroskedastisitas memiliki tujuan guna menguji apakah di dalam model regresi terjadi suatu ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. apabila *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas / homoskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Adapun untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi dengan cara melakukan Uji *Glejser* :

- a. Jika nilai sig $> 0,05$ artinya, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- b. Jika nilai sig $< 0,05$ artinya, terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.10. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis data regresi linier berganda dengan menggunakan *variabel* dependen keputusan pembelian (Y), adapun *variabel* independen menggunakan *variable* harga (X_1), lokasi (X_2), dan *store atmosphere* (X_3).

3.10.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni regresi linier berganda. Ghazali (2016) menyatakan bahwasannya regresi linier berganda dapat dilakukan guna mengetahui pengaruh satu variabel atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Adapun rumus matematis dari regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian Konsumen

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi X_1

β_2 = Koefisien regresi X_2

β_3 = Koefisien regresi X_3

X_1 = Variabel Harga

X_2 = Variabel Lokasi

X_3 = Variabel *Store Atmosphere*

E = Standard error

3.10.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2016:95) menyatakan bahwasannya koefisien determinasi digunakan guna mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Besarnya nilai koefisien R^2 adalah diantara 0 dan 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$. Jika nilai determinasi semakin mendekati 0 maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen sedangkan jika nilai koefisien determinasi yang semakin mendekati angka 1 maka dapat dikatakan model regresi baik, karena hampir semua variabel yang dipakai mampu menerangkan variasi variabel yang telah digunakan. Adapun untuk menghindari bias, maka digunakan nilai *Adjusted* R^2 , karena nilai *Adjusted* R^2 dapat naik turun apabila satu variabel independen ditambahkan dalam model.

3.11. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji parsial atau uji t. Ghozali (2016:98) menyatakan uji parsial atau uji t ini menunjukkan seberapa jauh adanya pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan dasar keputusan sebagai berikut :

- a. Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b. Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.