

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu melakukan pengujian pada teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik, sehingga hasil penelitiannya dapat digunakan untuk mengukur dan menganalisis data dengan statistik (Indriantoro dan Supomo, 1999:12).

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan survei, yaitu kuisioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang di rancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik (Malholtra, 2009:196).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena meskipun UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur termasuk kedalam ritel tradisional namun penghasilan yang didapatkan perbulannya melebihi ritel modern dimana setiap bulan mendapatkan penghasilan sekitar 200-250 juta. UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur juga bekerjasama dengan 7 perusahaan yang berada di Desa Gunung Gangsir Beji Pasuruan Jawa Timur. Obyek dari penelitian ini adalah seluruh kosumen yang pernah melakukan pembelian di ritel UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan (Nazir, 1988:325). Adapun populasi dalam penelitian ini mencakup konsumen yang melakukan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur.

Sampel adalah sebagian kecil obyek yang diteliti dari suatu populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan keseluruhan populasi. Oleh karena itu populasi tidak diketahui secara pasti maka pengambilan sampel menggunakan metode dari *Naresh K Malhotra*. Penarikan sampel menurut Malhotra (2006: 291) disebutkan dalam bukunya riset pemasaran paling sedikit empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan. Dalam penelitian ini terdapat 18 item pertanyaan maka jumlah sampel adalah 90 sampel (18 item pertanyaan x 5). Mengambil sampel dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuisisioner pada konsumen dan pelanggan di Desa Gununggangsir yang sudah pernah melakukan pembelian di UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *accidental sampling*. Dalam hal ini pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2006:90).

Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah pembeli dan pelanggan yang sudah pernah berbelanja atau melakukan pembelian produk pada UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur.

3.5 Data dan Jenis Data

Dalam suatu penelitian harus disebutkan dari mana data diperoleh sebagaimana yang dinyatakan oleh (Arikunto 2006:129). Data adalah sekumpulan informasi, fakta-fakta, atau simbol-simbol yang menerangkan tentang keadaan objek penelitian. Data yang diperoleh pada akhirnya akan diolah dengan menggunakan program SPSS, dimana program ini merupakan paket program aplikasi computer yang digunakan untuk menganalisis data pada berbagai disiplin ilmu, terutama untuk analisis statistik untuk menganalisis serta menampilkan angka-angka hasil perhitungan statistik, grafik, tabel dengan berbagai model, baik variabel tunggal atau hubungan antara satu dengan yang lain (Sugiyono, 2001:1).

Data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data primer adalah data dimana diperoleh secara langsung dari obyek penelitian (Sumarsono, 2004:69). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan wawancara langsung dengan Pemilik UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur dan juga menyebarkan Kuisioner kepada pelanggan yang sudah pernah melakukan pembelian produk UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (Indriantoro dan Supomo, 1999: 147). Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pihak UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur yang dapat dilihat dari dokumentasi

UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur sebagai obyek pendukung beberapa dokumen UD. Hartono Jaya Beji Pasuruan Jawa Timur, literatur dan penelitian terdahulu, serta informasi lain yang mendukung penelitian ini. Data ini digunakan untuk mendukung data primer.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari pertanyaan tertulis atau verbal yang dijawab responden (Maholtra, 2009:325). Kuisisioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui jawaban dari responden mengenai variabel produk, harga, promosi, pelayanan dan fasilitas fisik.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2006:231). Dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat jurnal, majalah, internet, buku dan skripsi yang berhubungan dengan komponen ritel untuk memperoleh landasan teori dan mendapatkan data yang menunjang penelitian.

3.7 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai pengumpulan data (Maholtra, 2009:325). Kuisisioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari pernyataan tertulis atau verbal yang dijawab responden.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif sehingga untuk mempermudah responden menjawab kuisisioner dan menghindari kesulitan maka pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala *Likert*.

Skala *Likert* berisi pernyataan yang sistematis untuk menuntukkan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu (Prasetyo dan Jannah, 2005:110).

Berikut ini kriteria-kriteria skor skala *Likert*, antara lain:

Tabel 3.1
Skor Skala *Likert*

Skor	Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Ragu-ragu
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber: Prasetyo dan Jannah (2005:110)

3.8 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang diteliti terbagi menjadi 2 kelompok besar atau variabel bebas dan terikat. Adapun definisi operasional variabel untuk masing-masing variabel dan indikatornya adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*Independent variabel*)

Adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lain. dalam hal ini variabel bebasnya adalah bauran eceran (*retailing mix*) (X) yaitu pemahaman dari sebuah bauran eceran (*retailing mix*), diantaranya: produk, harga, pelayanan, dan fasilitas fisik. Variabel dan indikator dari bauran eceran (*retailing mix*) dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Produk (X_1)

Produk adalah keseluruhan dari penawaran yang dilakukan secara normal oleh perusahaan kepada konsumen dalam memberikan pelayanan, letak ritel dan nama barang dagangannya (Utami, 2012:86-87).

Indikator produk ialah sebagai berikut:

- a. Kelengkapan produk
- b. Macam karakteristik produk
- c. Produk yang sudah sesuai dengan keinginan konsumen
- d. Menyesuaikan macam-macam produk.

2) Harga (X_2)

Menurut Payne (2007: 28) harga (*price*) adalah nilai yang dibayar dan cara-cara atau syarat-syarat yang berhubungan dengan penjualannya. Tjiptono (2008: 31) mengatakan bahwa harga merupakan variabel yang berhubungan dengan strategi dan taktis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan. Indikator harga adalah: a. harga sesuai dengan kualitas produk, b. harga yang bersaing dan c. harga grosir.

2) Pelayanan (X_3)

Menurut Zeithaml and Bitner (2003), kualitas pelayanan mencerminkan evaluasi persepsi konsumen tentang elemen-elemen jasa (kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil), kemudian elemen-elemen jasa akan dievaluasi berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yang spesifik, antara lain: kehandalan, daya tangkap, jaminan, kemudahan dalam melakukan hubungan, dan bukti langsung. Indikator layanan adalah (Utami, 2012:88-89):

- a. Waktu pelayanan ritel (jam operasional ritel)
- b. Pengiriman barang
- c. Penanganan terhadap keluhan dari konsumen
- d. Penerimaan pesanan melalui telepon

3) Fasilitas Fisik (X_4)

Fasilitas fisik merupakan faktor penentu dalam mendominasi pangsa pasar yang diinginkan oleh perusahaan, karena penguasaan pasar dapat dicapai apabila perusahaan mendapat kedudukan yang baik sehingga dapat menciptakan citra perusahaan bagi para konsumen.

Fasilitas fisik dibagi menjadi menjadi tiga bagian, yaitu (Utami, 2012:89):

- a. lokasi ritel yang mudah dijangkau, b. tata letak ritel yang memberikan kenyamanan c. desain ritel dari eksterior dan interior.

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan

pembelian (Y). Keputusan pembelian merupakan suatu tahapan dalam perilaku konsumen, dimana sebelumnya konsumen mempertimbangkan segala sesuatu terlebih dahulu sebelum akhirnya memutuskan membeli suatu produk.

Indikator dari keputusan pembelian adalah:

- a. Produk mempengaruhi keputusan pembelian
- b. Harga mempengaruhi keputusan pembelian
- c. Pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian
- d. Fasilitas fisik mempengaruhi keputusan pembelian

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Konsep	Variabel	Indikator
Retailing mix (x)	Produk (X ₁)	Kelengkapan produk
		Macam karakteristik produk
		Produk yang sudah sesuai dengan keinginan konsumen
		Menyesuaikan macam-macam produk
	Harga (X ₂)	Harga sesuai dengan kualitas produk
		Harga yang bersaing
		Harga grosir
	Pelayanan (X ₃)	Waktu pelayanan ritel (jam operasional ritel)
		Pengiriman barang
		Penanganan terhadap keluhan dari konsumen
		Penerimaan pesanan melalui telepon
	Fasilitas Fisik (X ₄)	Lokasi ritel yang mudah dijangkau
		Tata letak ritel yang memberikan kenyamanan
Desain ritel dari eksterior dan interior		
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan Pembelian Produk	Produk mempengaruhi keputusan pembelian
		Harga mempengaruhi keputusan pembelian
		Layanan mempengaruhi keputusan pembelian
		Fasilitas fisik mempengaruhi keputusan pembelian

3.9 Uji Instrumen

3.9.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keaslian suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid memiliki validitas tinggi. Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur yang diinginkan, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud (Arikunto, 2006:168). Cara pengujian validitas dengan menghitung korelasi antar skor masing-masing pertanyaan dan skor total dengan menggunakan rumusan korelasi *product moment*, sebagai berikut (Singarimbun, 1995:137):

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- X : Skor item
- Y : Skor total
- XY : Skor pertanyaan
- N : Jumlah responden untuk diuji coba
- r_{xy} : Korelasi produk momen

Bila nilai signifikansi (sig) hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid (artinya butir pertanyaan

tersebut gugur). Menurut Tika 2006: 65, suatu instrumen dikatakan valid apabila memiliki nilai r lebih dari 0,3.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006:178).

Uji Reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach (Sugiyono, 2005:283) yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} : Reliabilitas instrumen
 k : Banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal
 σ_b^2 : Jumlah varians butir
 σ_t^2 : Varians total

Pada program SPSS, metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana kuisioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 (Arikunto, 2006:171).

3.10 Analisis Data

A. Uji Asumsi Klasik

Uji ini digunakan sebagai alat untuk menjaga akurasi model hasil regresi yang diperoleh. Uji asumsi klasik berguna untuk mengetahui sah atau

tidaknya suatu model regresi yang akan digunakan sebagai model penjelasan bagi pengaruh antar variabel.

a. Uji normalitas data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi dalam variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Proses uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogrov smirnov*.

Uji normalitas data dilakukan dengan memperhitungkan penyebaran data (titik) pada normal *p plot of regression residual* variabel *independen* dimana:

1. Jika data menyebar digaris diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Model regresi yang baik adalah yang mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.

b. Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah adanya lebih dari dua hubungan linier yang sempurna (Suharyadi, 2004:528). Teknik mengenalisis multikolinieritas:

- 1) Variabel bebas secara bersama-sama pengaruhnya nyata atau uji F nyata namun ternyata setiap variabel bebasnya secara parsial pengaruhnya tidak nyata (uji t tidak nyata).

- 2) Nilai koefisien determinannya R^2 sangat besar, namun ternyata variabel bebasnya berpengaruh tidak nyata (uji t tidak nyata).
- 3) Nilai koefisien korelasi parsial yaitu $r_{yx1.x2}$, $r_{yx2.x1}$ dan $r_{x1x1.y}$ ada yang lebih besar dari determinannya.

Maka dengan demikian jika terjadi multikolinieritas maka ada beberapa cara dapat dilakukan seperti membuang variabel bebas yang diperkirakan multikolinieritas, hal ini terlihat dari nilai korelasi parsial antara variabel yang tinggi, cara lain yang bisa dilakukan adalah dengan menambah observasi atau data lagi.

c. Heterokedastisitas

Heterokedastisitas digunakan untuk menunjukkan nilai variansi ($Y - \hat{Y}$) antara lain Y tidaklah sama atau hetero. Hal yang demikian ini banyak terdapat pada data yang bersifat *cross section* yaitu data yang dihasilkan pada suatu waktu dengan responden yang banyak. Ada tiga kemungkinan terjadinya hetero yaitu:

- 1) Adanya data bersifat *cross section* memungkinkan banyak variasi seperti pendapatan data yang hanya ratusan ribu perbulan namun ada yang sampai milyaran. Perbedaan yang sangat besar bisa memungkinkan adanya varian yang berbeda antara data pengamatan.
- 2) Proses belajar saat pertama bisa terjadi varian yang besar, dengan falsafah belajar, semakin lama semakin mengerti maka dengan bertambahnya ilmu tersebut dapat membuat varian yang lebih kecil.

- 3) Teknik pengumpulan data, apabila jumlah sedikit cenderung akan bervariasi dibandingkan dengan jumlah datanya banyak.

Cara mendeteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan:

- a. Metode grafik yaitu menghubungkan antara Y dan \hat{Y} tidak sistematis seperti semakin membesar atau mengecil seiring bertambahnya Y , maka tidak terjadi heterokedastisitas.
- b. Uji korelasi range sperman, uji ini digunakan untuk menguji heterokedastisitas apabila nilai korelasi range sperman lebih besar dari nilai t_{tabel} .

Untuk mengatasi heterokedastisitas adalah dengan cara melakukan metode kuadrat kecil tertimbang. Nilai tertimbang dapat dilakukan berdasarkan observasi. Dan dengan melakukan transformasi log yaitu data diubah dalam bentuk log atau data transformasi bentukan lainnya seperti $1/X$ atau yang lain.

- d. Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut urutan waktu. Adapun penyebab autokorelasi adalah:

- 1) Kelembaman biasanya terjadi fenomena ekonomi dimana sesuatu akan mempengaruhi sesuatu mengikuti siklus bisnis atau saling berkaitan.
- 2) Terjadi bias dalam spesifikasi yaitu ada beberapa variabel yang tidak termasuk dalam model.

- 3) Bentuk fungsi yang digunakan tidak tepat seperti semestinya bentuk nonlinier digunakan linier atau sebaliknya.

3.11 Metode Analisis Data

A. Analisis regresi linier berganda

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat maka digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah regresi linier untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel *independen* yang jumlahnya lebih dari dua (Suharyadi dan Purwanto, 2004:508).

Dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

Y : Variabel terikat yaitu keputusan berbelanja

b : Konstanta perubahan variabel X dan Y

a : Koefisien konstanta

X : Variabel bebas meliputi:

X₁: Faktor Produk

X₂ : Faktor Harga

X₃: Faktor Pelayanan

X₄: Faktor Fasilitas Fisik

e : Error

B. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2005:83). Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 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 variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen kedalam model, maka R meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted* R^2 naik atau turun apabila terdapat tambahan variabel independen kedalam model. Oleh karena itu sebaiknya digunakan nilai *Adjusted* R^2 regresi terbaik (Ghozali, 2005:83).

3.12 Pengujian Hipotesis

1) Uji F (F-Test)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

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

Dimana:

F : Pendekatan distribusi probabilitas *fischer*

R^2 : Koefisien korelasi berganda

K : Jumlah variabel bebas

n : Banyaknya sampel

Adapun langkah-langkah uji F atau uji simultan adalah:

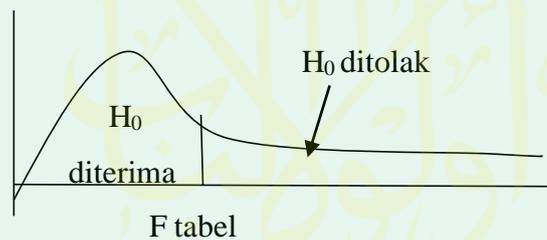
1. Perumusan Hipotesis

H_0 : Variabel bauran eceran (*retailing mix*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

H_1 : Variabel bauran eceran (*retailing mix*) ada pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Nilai kritis distribusi F dengan level of signifikan $\alpha = 5\%$

3. Daerah kritis H_0 melalui kurva distribusi F



4. Kriteria penolakan atau penerimaan

Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak ini berarti tidak terdapat pengaruh simultan oleh variabel X dan Y.

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima hal ini berarti terdapat pengaruh yang simultan terhadap variabel X dan Y.

2) Uji t (t-test)

Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variable terikat secara individual dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5%.

Rumus:

$$t = r \frac{\sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Dimana:

r : Korelasi produk momen

n : Jumlah responden

Adapun langkah-langkah untuk uji t adalah:

1. Perumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1)

1) H_0 : Variabel produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H_1 : Variabel produk ada pengaruh terhadap keputusan pembelian

2) H_0 : Variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H_1 : Variabel harga ada pengaruh terhadap keputusan pembelian

3) H_0 : Variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H_1 : Variabel pelayanan ada pengaruh terhadap keputusan pembelian

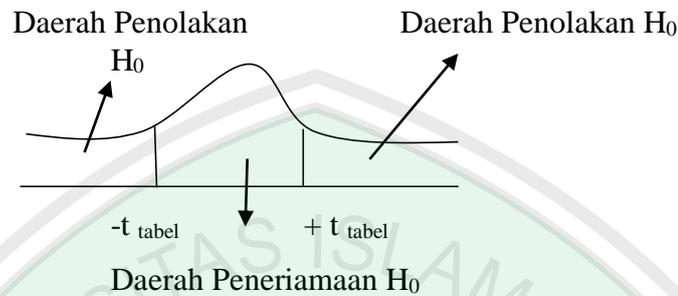
4) H_0 : Variabel fasilitas fisik tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H_1 : Variabel fasilitas fisik ada pengaruh terhadap keputusan pembelian

2. Menentukan nilai kritis dengan *level of signifikan* α 5%

$$t_{\text{tabel}} = t_{(\alpha/2; n-k-1)}$$

3. Daerah penerimaan dan penolakan



4. Penentuan penerimaan dan penolakan

Jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh yang bermakna antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Sebaliknya jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya ada pengaruh yang bermakna antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

- 3) Uji Dominan

Untuk menguji variabel dominan terlebih dahulu diketahui kontribusi masing-masing variabel bebas yang diuji terhadap variabel terikat. Kontribusi masing-masing variabel diketahui dari koefisien determinasi sederhana terhadap variabel terikat dan diketahui dari kuadrat korelasi sederhana variabel bebas dan terikat.