

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kopma Padang Bulan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Obyek penelitian adalah seluruh Konsumen yang pernah Melakukan Pembelian di toko Kopma Padang Bulan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

#### **3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

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

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan *survey*, yaitu kuesioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik, (Malhotra, 2009: 196).

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### A. Populasi

Populasi menurut Nazir (1988: 325), populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Adapun populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Kopma Padang Bulan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

#### B. Sampel

Nazir (1988: 325), sampel adalah bagian dari populasi. Karena jumlah pembeli di Kopma Padang Bulan UIN Maulana Malik Ibrahim tidak terbatas maka menurut Suharyadi dan Purwanto (2004: 381-382), untuk menentukan jumlah sampel yang ditentukan adalah menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2} \sqrt{P(1-P)}}{\varepsilon}$$

Keterangan:

$n$  : jumlah sampel

$P$  : asumsi nilai  $P$  (proporsi populasi) yang besarnya ditentukan/dikehendaki = 0,5

$Z_{\alpha/2}$ : nilai probabilitas, nilai  $\alpha$  adalah sebagai berikut:

jika  $\alpha$ : 0,05 dua arah = 1,96 dan satu arah = 1,64

jika  $\alpha$ : 0,01 dua arah = 2,58 dan satu arah = 2,32

$\varepsilon$  : kesalahan dalam penarikan sampel yang dikehendaki = 0,1

$$n = \frac{Z / P (1 - P)}{\varepsilon}$$

$$= \frac{(1,96) 0,5 (1 - 0,5)}{(0,1)}$$

$$= 96,04$$

Dari hasil rumusan di atas maka diperoleh besaran sampel sebesar 96,04 atau dibulatkan menjadi 96 sampel, sedangkan untuk penarikan sampelnya, menurut Prasetyo dan Jannah (2007: 135) menggunakan teknik sampel berdasarkan kemudahan (*convenience sampling*), artinya sampel dapat dipilih karena berada pada waktu, situasi, dan tempat yang tepat.

### 3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Menurut Indriantoro dan Supomo (1999: 146), sumber data merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data yang digunakan penelitian ini adalah:

#### A. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, (Indriantoro dan Supomo, 1999: 146-147). Sumber data primer penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden di lokasi penelitian, yaitu Konsumen yang Melakukan pembelian di Kopma Padang Bulan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

## **B. 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 penelitian ini diperoleh dari pihak *intern* perusahaan yang dapat dilihat pada dokumentasi perusahaan sebagai obyek pendukung beberapa dokumen perusahaan, literature-literatur dan penelitian terdahulu, serta informasi lain yang mendukung penelitian ini.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

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

#### **A. Kuesioner**

Kusioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari pertanyaan tertulis atau verbal yang dijawab responden, (Malhotra, 2009: 325). Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui jawaban dari responden mengenai variable lokasi, produk, harga, kualitas pelayanan, fasilitas fisik.

#### **B. Dokumentasi**

Menurut Arikunto (1998: 236), metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, agenda dan lain sebagainya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi, yaitu mencari hal-hal

yang mendukung dalam melakukan penelitian berupa buku, majalah, skripsi, internet, dan lain sebagainya.

### 3.6 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan data sebagaimana menurut Malhotra (2009: 325), kuesioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari pertanyaan tertulis atau verbal yang dijawab responden.

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

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

Berikut ini adalah 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).

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), yaitu:

#### A. Variabel bebas (X)

##### **X<sub>1</sub>: Lokasi**

Menurut Hendri Ma'ruf (2005;115) lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran ritel (retail marketing mix). pada lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis.

##### **X<sub>2</sub>: Produk**

Produk menurut Kotler (2000:428) merupakan “segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan”. Produk yang ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi, dan ide. Jadi produk dapat berupa manfaat *tangible* maupun *intangible* yang dapat memuaskan pelanggan.

##### **X<sub>3</sub>: Harga**

Menurut Komarudin Sastradipoera (2003;141), harga adalah sebagai jumlah suatu yang dipertukarkan dalam barter atau penjualan, untuk memperoleh sesuatu yang lainnya. Sedangkan menurut Djaslim Saladin (2003;95), harga adalah sejumlah uang alat tukar untuk memperoleh barang atau jasa. Dan kebijakan harga adalah keputusan-

keputusan mengenai harga yang ditetapkan oleh manajemen. Berdasarkan hal tersebut ritel harus dapat menetapkan harga yang tepat buat para konsumen.

#### **X<sub>4</sub>: Pelayanan Konsumen**

Menurut Fandy Tjiptono (2000:58-59), pelayanan adalah suatu sikap atau cara dalam melayani pelanggan supaya pelanggan mendapatkan kepuasan yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan.

Dari definisi tersebut dapat kita pahami bahwa tujuan dari pelayanan adalah kepuasan pelanggan, sehingga memegang peranan penting dalam terwujudnya pembelian.

#### **Variabel Terikat (Y)**

##### **Y: Keputusan Pembelian**

Menurut Sumarwan (2004: 289) adalah, keputusan sebagai pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang akan melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada.

Dari definisi di atas, keputusan pembelian adalah suatu tindakan pemilihan dari beberapa pilihan alternatif yang ada untuk diambil salah satu pilihan alternatif ketika membeli.

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel**

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Bauran Ritel(X)	1. Lokasi (X <sub>1</sub> )	Letak Toko	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Letak toko strategis</li> <li>• Letak toko mudah di jangkau</li> <li>• Lalu lintas lokasi toko lancer</li> <li>• Lokasi berdekatan dengan aktifitas publik</li> </ul>
	2. Produk (X <sub>2</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas produk</li> <li>2. Keragaman produk</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk beragam, menarik dan inovatif</li> <li>• Kelengkapan item produk lengkap</li> <li>• Kualitas produk baik</li> <li>• Ketersediaan stok produk terjaga</li> </ul>
	3. Harga (X <sub>3</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan Harga</li> <li>2. Penetapan harga</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga bersaing</li> <li>• Harga bertingkat sesuai kualitas produk</li> <li>• Penetapan harga paket</li> <li>• Penetapan harga diskon</li> </ul>
	4. Pelayanan (X <sub>4</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas Pelayanan oleh karyawan</li> <li>2. Kenyamanan karyawan</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keramahan karyawan</li> <li>• Ketepatan karyawan dalam identifikasi keinginan konsumen</li> <li>• Kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan</li> <li>• Kenyamanan konsumen dalam berbelanja</li> </ul>
Keputusan Pembelian (Y)		Pengaruh bauran ritel terhadap keputusan berbelanja di Kopma Padang Bulan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi mempengaruhi konsumen berbelanja</li> <li>• Produk mempengaruhi konsumen berbelanja</li> <li>• Harga mempengaruhi konsumen berbelanja</li> <li>• Pelayanan Mempengaruhi Konsumen Berbelanja</li> </ul>



### 3.8 Teknik Analisis Data

#### A. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keaslian suatu instrument. Suatu instrument yang valid memiliki validitas tinggi.

Sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Singarimbun (1989: 122)

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- x = Skor item
- y = Skor total
- xy = Skor pertanyaan
- n = jumlah responden untuk diuji coba
- $r_{xy}$  = Korelasi produk momen

Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak menurut Sugiono (1999: 115) dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi  $r$  diatas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument valid sebaiknya bila korelasi  $r$  dibawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

## B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. instrument yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Arikunto (2002: 154) untuk mengetahui suatu alat ukur itu variabel dapat diuji dengan menggunakan rumus alpha sebagai berikut.

$$r = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma}{\sigma} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  : Reliabilitas instrumen

$k$  : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sigma_b^2$  : Jumlah varians butir

$\sigma_t^2$  : Varians total

Rumus Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya bukan 1 dan 0 misalnya angket atau soal bentuk uraian (Arikunto, 2002: 171)

Apabila varian yang diteliti mempunyai cronbach's alpha > 60 % (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya cronbach's alpha < 60 % (0,60) maka dikatakan tidak reliable.

### 3.9 Pengujian Hipotesis

#### A. Uji parsial atau uji t (t-test)

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

Dimana:

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

Dimana:

r = korelasi produk momen

n = jumlah responden

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  tingkat kesalahan kurang dari 5% (0,05) ini berarti  $H_0$  diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kriteria penerimaan

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$

$H_0$  diolak dan  $H_a$  diterima apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ .

## B. Uji F (F-test)

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

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

Dimana:

F = pendekatan distribusi probabilitas fischer

R<sup>2</sup> = koefisien korelasi berganda

K = jumlah variabel bebas

n = banyaknya sampel

Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  tingkat kesalahan kurang dari 5% maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. namun jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. dengan criteria pengujian

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila  $F_{hitung} < F_{table}$

### 3.10 Uji Asumsi Klasik

#### A. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi dalam variabel dependen dengan variabel independen mempunyai

distribusi normal atau tidak. Proses uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogrov smirnov*.

Uji normalitas data dilakukan dengan memperlihatkan penyebaran data (titik) pada normal *p plot of regression standazzed 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

Menurut Frish dalam Suhariyadi (2004:528) menyatakan bahwa multikolinieritas adalah adanya lebih dari dua hubungan linier yang sempurna. Menurut Frish apabila terjadi multikolinier yang sempurna (koefisien korelasi antara variabel bebas = 1) maka koefisien regresi dari variabel bebas tidak bisa ditentukan dan standart eroronya tidak terhingga.

Teknik menganalisis multikolinieritas

- 1) Variabel bebas secara bersama-sama pengaruhnya nyata atau uji F-nya nyata namun ternyata setiap variabel bebasnya secara parsial pengaruhnya tidak nyata (uji t-nya tidak nyata)
- 2) Nilai koefisien determinannya  $R^2$  sangat besar, namun ternyata variabel bebasnya berpengaruh tidak nyata (uji t-nya 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 yang bersifat *cross section* memungkinkna banyak variasi seperti pendapatan data yang hanya ratusan ribu perbulan namun ada yang sampai miliaran. Perbedaan yang sangata besar bisa memungkinkan adanya varian yang berbeda antara data pengamatan.

- 2) Proses belajar saat pertama bisa terjadi varian yang besar, dengan falsafah belajar, makin lama makin 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;

- 1) Metode grafik yaitu menghubungkan antara Y dan e tidak sistematis seperti semakin membesar atau mengecil seiring bertambahnya Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas
- 2) Uji korelasi rank spearman, uji ini digunakan untuk menguji heterokedastisitas apabila nilai korelasi rank spearman lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ .

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

#### D. Autokorelasi

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

- 1) Kelembaman, kelembaman biasanya terjadi fenomena ekonomi dimana sesuatu akan mempengaruhi sesuatu mengikuti siklus bisnis atau saling kait mengait
- 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 *independent* 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 dependen yaitu keputusan Berbelanja

b = konstanta perubahan variabel X dan Y

a = koefisien konstanta

X = variabel independen (variabel bebas) meliputi;



$X_1$  : Faktor Lokasi

$X_2$  : Faktor Produk

$X_3$  : Faktor Harga

$X_4$  : Faktor Kualitas Layanan

e = Error

