

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sebuah perusahaan ritel yaitu Indomaret Soekarno Hatta Malang yang terletak di jalan Soekarno Hatta 3, Malang. Alasannya karena diantara Indomaret yang ada di daerah Soekarno Hatta 3, Indomaret ini merupakan yang paling ramai dikunjungi oleh konsumen. Hal ini didasarkan pada hasil wawancara dengan kepala Indomaret yang menyebutkan bahwa jumlah pengunjung Indomaret Soekarno Hatta 3 mencapai 600-650 orang tiap harinya.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu sebuah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, metode ini dikatakan sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah, yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut dengan metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini menggunakan data-data angka yang dianalisis menggunakan statistik. (Sugiono, 2009:7).

Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan dengan metode survey, 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 quisioner, *test*, wawancara terstruktur, dan sebagainya. (Sugiono, 2009:6).

3.3 Populasi dan Sampel

3.9.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan individu atau obyek penelitian yang memiliki kualitas serta ciri-ciri yang ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pegamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik (Cooper, Emory, 1999:221).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Indomaret Soekarno Hatta Malang yang datang dan melakukan pembelian secara langsung ke lokasi.

3.9.2 Sampel

Jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Maholtra (2005:368-369), bahwa jumlah sampel atau responden dengan populasi yang tidak terbatas paling sedikit empat atau lima kali jumlah sub variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini digunakan 28 sub variabel ($28 \times 5 = 140$). Jadi dalam penelitian ini mengambil sampel sebanyak 140 responden.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2009:85), *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu nasabah yang secara kebetulan/insidental bertemu

dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.5 Data dan Jenis Data

Seluruh informasi yang diperoleh dapat dibedakan berdasarkan sumbernya yaitu :

a. Data primer

Menurut Umar (1999:43), Data Primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian *kuesioner* yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sumber pertama disini adalah konsumen Indomaret Soekarno Hatta Malang.

b. Data Sekunder

Menurut Umar (1999:43), Data Sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan, baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak perusahaan. Data sekunder ini berupa data yang diperoleh dari Indomaret Soekarno Hatta Malang.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan reliabel. Metode yang digunakan antara lain:

- a. Metode Wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada pengelola Indomaret.
- b. Metode Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden (Sugiyono

2004:162). Dalam hal ini yang dimaksud adalah responden yang melakukan pembelian di Indomaret.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Menurut Indrianto (2002:348) definisi operasional variabel merupakan penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur (mengoperasionalkan) *construct* menjadi variabel penelitian yang dapat dituju. Adapun definisi operasional variabel yang digunakan adalah:

Menurut Philip Kotler dan Armstrong (terjemahan 2001:774) bauran promosi terdiri dari 5 (lima) aktivitas yaitu periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Tetapi dalam penelitian ini hanya menggunakan beberapa variabel dari teori tersebut, yaitu variabel periklanan (*Advertaising*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan hubungan masyarakat (*publicity*) saja, dengan pertimbangan memberikan kecocokan antara teori dengan keadaan yang ada di lapangan. Indomaret Soekarno Hatta selama ini hanya melakukan tiga bantuk bauran promosi yaitu :

a) Periklanan

Kotler (2003:580) menyebutkan bahwa periklanan mempunyai 4 (empat) ciri khas yaitu penampilan publik, daya serap, ungkapan perasaan yang diperjelas dan tidak adanya tatap muka.

b. Promosi penjualan

Kotler dan Susanto (2001:800) menyebutkan ciri-ciri promosi penjualan yaitu komunikasi, insentif dan undangan.

c. Hubungan masyarakat

Merupakan suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik dan dapat memperdalam kepercayaan publik secara lebih baik atau pemberdayaan lebih tinggi terhadap suatu lembaga atau organisasi.



Table 3.1
Konsep, Variabel dan Indikator

| Konsep | Variabel | Sub Variabel | Indikator |
|----------------|------------------------|-------------------|---|
| Bauran Promosi | Periklanan (X1) | Persuasi (X1.1) | <ul style="list-style-type: none"> - Persuasi yang menarik - Persuasi yang jelas - Persuasi yang menimbulkan kepercayaan - Persuasi yang berdasarkan fakta - Persuasi yang menghindari konflik |
| | | Komunikasi (X1.2) | <ul style="list-style-type: none"> - Komunikasi melalui televisi - Komunikasi melalui internet - Komunikasi melalui surat kabar - Komunikasi melalui majalah |
| | Promosi Penjualan (X2) | Diskon (X2.1) | <ul style="list-style-type: none"> - Promosi mingguan - Promosi dua mingguan - Promosi bulanan - Kartu Indomaret |

| | | | |
|--|--------------------------|--------------------------------------|--|
| | | Kemasan dengan potongan (X2.2) | <ul style="list-style-type: none"> - Beli 2 lebih hemat - Beli banyak lebih hemat |
| | | Barang gratis (X2.3) | <ul style="list-style-type: none"> - Isi ulang pulsa <i>all operator</i> Rp 10.000 gratis 1 pc fullo - Beli 1 gratis 1 - Beli 2 gratis 1 |
| | | Terbitan (X3.1) | <ul style="list-style-type: none"> - Katalog - Artikel |
| | Hubungan Masyarakat (X3) | Kegiatan Pelayanan Masyarakat (X3.2) | <ul style="list-style-type: none"> - Penggalangan dana bersama PMI - Kegiatan donor darah - Beasiswa untuk SD |
| | | Media Identitas (X3.3) | <ul style="list-style-type: none"> - Logo perusahaan - Maskot indomaret (si domar) - Kartu identitas pegawai - Seragam indomaret - Warna bangunan |

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Suryabrata (2008:60) mendefinisikan uji validitas yaitu sejauh mana suatu instrument merekam atau mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Secara teori terdapat tiga macam validitas instrument, yaitu validitas isi, validitas construct dan yang terakhir yaitu validitas berdasarkan kriteria. Untuk menguji validitas, alat ukur dalam penelitian ini adalah validitas isi (*Content Validity*).

Validitas isi menunjukkan sejauh mana item-item yang dilihat dari isinya dapat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Validitas isi alat ukur ditentukan melalui pendapat professional dalam proses telaah soal, sehingga item-item yang telah dikembangkan memang mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. (Suryabrata, 2008:61)

Tentang uji validitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut:

1. Uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel.
2. Daftar pertanyaan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu.
3. Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel $|df=n-k$ dengan tingkat kesalahan 5%.

4. Jika r tabel r tabel $< r$ hitung, maka butir soal disebut valid.

Ada tiga pendekatan yang dapat digunakan untuk mengukur validitas :

1. *Content (face) Validity* merupakan salah satu konsep pengukuran validitas dimana suatu instrumen dinilai memiliki *content validity* jika mengandung butir-butir pertanyaan yang memadai dan representatif untuk mengukur *construct* sesuai dengan yang diinginkan peneliti. Suatu instrumen dinilai memiliki *face validity* jika menurut penilaian subjektif diantara para profesional bahwa instrumen tersebut menunjukkan secara logis dan merefleksikan secara akurat sesuatu yang harus diukur.
2. *Criterion-related Validity* adalah konsep pengukuran validitas yang menguji tingkat akurasi dari instrumen yang baru dikembangkan. Uji *criterion-related validity* dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi antara skor yang diperoleh dari penggunaan instrumen baru dengan skor dari penggunaan instrumen lain yang telah ada sebelumnya yang memiliki kriteria relevan. Instrumen baru yang memiliki validitas yang tinggi jika koefisien korelasinya tinggi. Ada dua jenis *criterion-related validity* yaitu (1) *concurrent validity*, jika pengujian korelasi dilakukan terhadap skor instrumen baru dengan instrumen yang mempunyai kriteria relevan, (2) *predictive validity*, jika korelasi skor kedua instrumen merupakan hasil pengukuran sebelum pengukuran pada saat yang berbeda, dimana pengukuran instrumen yang baru dilakukan sebelum pengukuran instrumen lain yang memiliki kriteria relevan.

3. *Construct Validity*. Suatu instrumen dirancang untuk mengukur *construct* tertentu. *Construct validity* merupakan konsep pengukuran validitas dengan cara menguji apakah suatu instrumen mengukur *construct* sesuai dengan yang diharapkan. Ada dua cara pengujian *construct validity*, yaitu : (1) *convergent validity*, dimana validitas suatu instrumen ditentukan berdasarkan konvergensinya dengan instrumen lain yang sejenis dalam mengukur *construct* dan (2) *discriminant validity*, dimana validitas suatu instrumen ditentukan berdasarkan rendahnya korelasi dengan instrumen lain yang digunakan untuk mengukur *construct* lain.

3.8.2 Uji reliabilitas

Pengujian reliabilitas terhadap hasil skala dilakukan bila item-item yang terpilih lewat prosedur yang terpilih melalui analisis item diatas telah dikomplikasi menjadi satu. Reliabilitas mengacu kepada konsistensi atau kepercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran (Azwar, 2000:83).

Uji reliabilitas alat ukur ini menggunakan pendetakan konsistensi internal, yaitu suatu bentuk tes yang hanya melakukan satu kali penguasaan tes tunggal pada sekelompok individu sebagai subjek dengan tujuan melihat konsistensi antar item atau antar bagian skala. Penghitungan koefisien reliabilitas dalam uji coba dilakukan menggunakan program SPSS version 15,0 For windows.

Tentang uji reliabilitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut:

1. Untuk menilai Kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner tsb mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan.
2. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan.
3. Jika nilai $\alpha > 0.60$, disebut reliable

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

1. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang. Disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi atau jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpa* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpa* $> 0,60$

3.9 Model Analisis

3.9.1 Analisis Faktor

Setelah data dikumpulkan dan diolah, langkah selanjutnya yaitu menganalisis data. Dalam penelitian ini, model atau teknis analisis yang digunakan adalah analisis faktor.

Analisis faktor adalah metode untuk menganalisis sejumlah observasi dipandang dari segi interkorelasinya, untuk menetapkan apakah variasi-variasi yang nampak dalam observasi itu mungkin berdasar atas sejumlah kategori dasar yang jumlahnya lebih sedikit daripada yang nampak dalam observasi itu (Suryabrata, 1995:274).

Analisis faktor merupakan sebuah pendekatan statistik yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan diantara variabel-variabel dan untuk menjelaskan variabel-variabel ini dalam pendekatan statistik yang mencakup penemuan sebuah atau beberapa konsep yang diyakini sebagai sumber yang melandasi seperangkat variabel nyata. Maka jika terdapat seperangkat variabel yang telah dikorelasikan dengan analisis faktor dapat dikurangi dan diatur sehingga menjadi penyederhanaan variabel. Hal ini dilakukan dengan meminimalkan informasi yang hilang akibat analisis ini, atau untuk mendapatkan informasi yang sebanyak mungkin.

Proses analisis faktor menurut Susanto, Singgih (2005:11) adalah untuk menemukan hubungan (*interrelationship*) antar sejumlah variabel-variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal.

Prinsip kerja analisis faktor adalah dari n variabel yang diamati, dimana beberapa variabel mempunyai korelasi maka dapat dikatakan variabel tersebut memiliki p faktor umum (*common factor*) yang mendasari korelasi antar variabel dan juga m faktor unik (*unique factor*) yang membedakan tiap variabel. Model matematis dasar analisis faktor yang digunakan seperti dikutip dari Malhotra dalam Hasanudin, S.E, sebagai berikut:

$$F_{if} = b_{fi} X_{i1} + b_{f2} X_{i2} + \dots + b_{fv} X_{iv}$$

Dimana :

F_{if} = faktor scores individu I dalam faktor f

B_{iv} = koefisien faktor dalam variabel v

X_{iv} = nilai individu i dalam variabel v

Faktor-faktor khusus tersebut tidak saling berhubungan satu sama lain, juga tidak ada korelasinya dengan faktor umum. Faktor-faktor umum sendiri dapat dinyatakan sebagai kombinasi linear dari variabel yang dapat diamati dengan rumus:

$$X_{iv} = a_{v1} f_{i1} + a_{v2} f_{i2} + a_{v3} f_{i3} + \dots + e_{iv}$$

Dimana :

i = indeks untuk individu i

v = indeks untuk variabel v

X_{iv} = nilai individu i dalam variabel f

F_{if} = faktor scores individu I dalam faktor f

a_{vf} = faktor loading variabel v dalam faktor f

e_{iv} = sebuah variabel pengganggu yang memasukkan seluruh variasi di X yang tidak dapat dijelaskan oleh faktor-faktor.

Menurut Subhash Sharma (1996) yang dikutip dari Hasanuddin, SE tabel KMO ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Ukuran Kaiser-Meyer-Olkin

| Ukuran KMO | Rekomendasi |
|-------------------|--------------------|
| $\geq 0,90$ | Baik Sekali |
| $\geq 0,80$ | Baik |
| $\geq 0,70$ | Sedang |
| $\geq 0,60$ | Cukup |
| $\geq 0,50$ | Kurang |
| Di bawah 0,50 | Di Tolak |

Sumber: Hasanudin

Tahap-tahap yang dilakukan dalam analisa faktor dapat dijabarkan seperti berikut :

1. Uji Interdependensi Variabel-Variabel

Uji interdependensi variabel adalah pengujian apakah antar variabel yang satu dengan yang lain mempunyai keterkaitan atau tidak. Dimana terdapat kemungkinan lebih dari dua variabel berkorelasi. Variabel yang digunakan untuk analisis selanjutnya hanya variabel yang mempunyai korelasi dengan variabel lain dan variabel yang hampir tidak mempunyai korelasi dengan variabel lain, maka variabel tersebut akan dikeluarkan dari analisis. Pengujian dilakukan melalui pengamatan terhadap ukuran kecukupan sampling (MSA), nilai KMO dan hasil uji Bartlett.

a) Uji Kecukupan Sampling/*Measures of Sampling Adequacy* (MSA)

Measures of sampling adequacy (MSA), merupakan indeks yang dimiliki setiap variabel yang menjelaskan apakah sampel yang diambil dalam penelitian cukup untuk membuat variabel-variabel yang ada saling terkait secara parsial. Nilai MSA berkisar antara 0 sampai 1, dengan syarat-syarat sebagai berikut:

- $MSA = 1$, variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.
- $MSA > 0,5$, variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- $MSA < 0,5$, variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisa lebih lanjut, atau bisa juga dikeluarkan dari variabel lain.

Hanya variabel yang memiliki ukuran kecukupan sampling (MSA) diatas ($>0,5$) yang akan diterima dan dimasukkan ke dalam analisis.

b) Nilai *Keiser-Meyer-Olkin* (KMO)

Nilai KMO ini merupakan test statistik yang merupakan indikator tepat tidaknya penggunaan metode analisis faktor dalam suatu penelitian. Nilai KMO merupakan sebuah indeks perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan korelasi parsialnya. Nilai KMO dianggap mencukupi bila $>0,5$, dimana nilai ini akan memberikan bahwa analisis yang paling layak digunakan adalah analisis faktor. Jika nilai KMO sama dengan 1 maka ini menunjukkan bahwa analisis faktor merupakan analisis yang sangat sesuai,

tetapi jika KMO kurang dari 0,5 akan menunjukkan bahwa analisa faktor bukan suatu alat analisis yang tepat untuk penelitian tersebut.

c) Uji Bartlett

Uji Bartlett mempunyai keakuratan (signifikansi) yang tinggi, dimana uji Bartlett memberikan implikasi bahwa matrik korelasi cocok untuk menganalisa faktor hasil Bartlett's yang merupakan hasil uji atas hipotesa.

2. Ekstraksi Faktor

Ekstraksi faktor menggunakan *Principal Component Analysis* (PCA). Dalam metode ini diharapkan dapat diperoleh hasil yang dapat memaksimumkan presentase varian yang mampu dijelaskan dengan model.

Hasil ekstraksi adalah faktor-faktor dengan jumlah yang sama dengan jumlah variabel-variabel yang diekstraksi. Pada tahap ini akan diketahui sejumlah faktor yang dapat diterima atau layak mewakili seperangkat variabel dengan alternatif penggunaan faktor *eigen value* >1 dan dengan presentase varian 5%.

Dalam penelitian ini, meskipun pada mulanya variabel-variabel yang dianalisis telah dikelompokkan secara teoritis kedalam sejumlah tertentu faktor, namun untuk penentuan jumlah faktor yang dianalisis dan diinterpretasi selanjutnya akan didasarkan pada hasil analisis tahap ini.

3. Faktor Rotasi

Dimana sebelum melakukan rotasi kita harus memahami faktor mana saja yang dirotasi sehingga dalam rotasi diperlukan dua langkah, antara lain:

a) Faktor sebelum Rotasi

Pada tahap ini didapatkan matrik faktor, merupakan model awal yang diperoleh sebelum dilakukan rotasi. Koefisien yang ada pada model setiap faktor diperoleh setelah dilakukan proses pembakuan terlebih dahulu, koefisien yang diperoleh saling dibandingkan. Dimana koefisien (faktor *loading*) yang signifikan ($>0,5$) pada setiap model faktor dapat dikatakan bisa mewakili faktor yang terbentuk.

b) Rotasi faktor

Rotasi faktor dilakukan karena model awal yang diperoleh dari matriks faktor sebelum dilakukan rotasi belum menerangkan struktur data yang sederhana sehingga sulit untuk diinterpretasikan.

Rotasi faktor digunakan dengan metode varimax, metode ini terbukti cukup berhasil untuk membentuk model faktor yang dapat diinterpretasikan. Hal ini karena metode varimax bekerja dengan menyederhanakan kolom-kolom matrik faktor. Sebuah variabel dikatakan tidak dapat diinterpretasikan atau tidak mewakili satu faktor karena tidak mewakili faktor *loading* $\geq 0,5$ pada satu faktor.

4. Interpretasi Faktor

Interpretasi faktor merupakan kelanjutan dari rotasi faktor. Dimana interpretasi merupakan pendefinisian variabel yang mempunyai bobot yang besar pada faktor yang sama. Faktor tersebut kemudian diinterpretasikan dengan kata-kata, dimana tahapan interpretasi faktor dapat dilakukan sebagai berikut:

a) Perhitungan skor

Interpretasi dimulai dari total varian dari faktor yang terbentuk pada urutan pertama, dan jika dilihat dari scree plot maka interpretasi akan bergerak dari faktor paling kiri ke faktor yang paling kanan pada setiap baris untuk mencari nilai yang paling besar dalam baris tertentu.

b) Memilih variabel pengganti

Dengan memeriksa matrik faktor (*component* rotasi), dimana dipilih variabel yang mempunyai bilangan yang paling besar yang menunjukkan dalam faktor mana setiap variabel tersebut berada, dengan demikian dapat diketahui variabel mana saja yang masuk ke dalam faktor.