

## **BAB III**

### **PROSEDUR PENELITIAN**

#### **3.1. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Supermarket Lotte Mart Bekasi Junction yang berlokasi di Proyek Bekasi. Penelitian ini dilaksanakan selama 5 bulan , terhitung mulai dari bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2015, dimana waktu tersebut merupakan waktu yang paling efektif bagi peneliti dalam melakukan penelitian, mengambil data serta melaksanakan proses penelitian, sehingga penelitian ini dapat selesai tepat pada waktunya.

#### **3.2. Strategi Dan Metoda Penelitian**

##### **3.2.1. Strategi Penelitian**

Strategi penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menghubungkan dua variabel atau lebih. Strategi ini dipilih bertujuan agar dapat memberikan atau menjelaskan faktor harga, lokasi dan kualitas pelayanan yang menentukan konsumen dalam memilih Supermarket Lotte Mart Bekasi Junction sebagai tempat berbelanja.

##### **3.2.2. Metoda Penelitian**

Metoda penelitian yang digunakan adalah metoda survei, yaitu tehnik pengumpulan data dan analisi data berupa opini dari subyek yang di teliti (Responden) melalui tanya jawab (kuesioner dan wawancara). Pendekatan yang di gunakan adalah pendekattan korelasional, yaitu untuk mengetahui seberapa jauh hubungan antara variabel yang satu dengan yang lainnya.

#### **3.3. Populasi Dan Sempel Penelitian**

##### **3.3.1. Populsi**

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Menurut Lubis (2009), populasi adalah wilayah

generalisasi yang terdiri atas objek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang akan diteliti harus didefinisikan dengan jelas sebelum penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini populasi meliputi seluruh orang yang pernah mengunjungi dan melakukan pembelian lebih dari satu kali pada Supermarket Loette Mart Bekasi Junction sebanyak 507 pelanggan .

### 3.3.2. Sampel

Kriteria sampel penelitian yang dipilih yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin dan frekuensi pembelian, untuk menentukan jumlah sampel yang akan dipergunakan dalam penelitian digunakan rumus slovin (Prasetyo dan Miftahul, 2010 : 137 ) sebagai berikut :

$$n = \frac{n}{1+N(e)^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

Dimana :

- N = Jumlah populasi
- n = Jumlah sampel
- e = Tingkat kesalahan

Populasi(N) sebanyak 507 pelanggan dengan asumsi tingkat kesalahan (e)=10% maka jumlah sampel (n) adalah :

$$n = \frac{507 \text{ pelanggan}}{1+507(0,10)^2} \dots\dots\dots$$

n = 83,52 orang = 83 (dibulatkan)

Jadi,penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 83 pelanggan di Lotte Mart Bekasi Junction. Tehnik pengambila sampel yang digunakan adalah purposive sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, pertimbangan yang digunakan adalah orang yang pernah mengunjungi dan melakukan pembelian lebih dari satu kali pada Supermarket Lotte Mart Bekasi Junction.

### **3.4. Unit-unit Analisis Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti membahas tentang analisis faktor harga, lokasi, dan kualitas pelayanan yang menentukan konsumen dalam memilih Supermarket Lotte Mart Bekasi Junction sebagai tempat berbelanja. Sehingga dapat diambil kesimpulan, bahwa unit-unit analisis yang diteliti yaitu konsumen Lotte Mart Bekasi Junction, karna dapat memberikan tanggapan dan respon tentang variabel yang diteliti.

### **3.5. Metode Pengumpulan Data**

Metoda pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian kepustakaan (*Library researc* )

Penelitian kepustakaan merupakan metoda pengumpulan data yang diperoleh melalui studi pustaka. Dalam hal ini, peneliti berusaha mencari, membaca dan mendapatkan sumber-sumber ilmiah yang terdapat di dalam buku manajemen, perpustakaan, dan *web site* yang berkaitan dengan topik penelitian.

2. Penelitian lapangan (*Field Research*)

Dalam teknik pengumpulan data melalui penelitian lapangan dilakukan dengan cara :

- (1) Pengamatan (Observasi)

Untuk memperoleh data yang obyektif maka peneliti melakukan kegiatan pengamatan data secara langsung terhadap keadaan atau situasi di Supermarket Lotte Mart Bekasi Junction dengan pelayanan yang ada dan dirasa oleh konsumen.

- (2) Interview ( Wawancara )

Metoda pengumpulan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada Store General Manager dan Divisi Manager Supermarket Lotte Mart Bekasi Junction mengenai profil Supermarket Lotte Mart.

(3) Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pernyataan tertulis yang akan dijawab oleh responden dan disajikan dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas.

### 3.6. Instrumen Pengumpulan Data

Pada penelitian ini disebarkan kuesioner untuk mengetahui pendapat responden. Kuesioner ini disebarkan memakai skala pengukuran skala likert, yaitu dengan menjabarkan variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel. Jawaban setiap instrumen mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif seperti tabel 3.2. di bawah ini.

**Tabel 3.2. Ketentuan Pengukuran Instrument Penelitian**

<b>Pernyataan</b>	<b>Skor</b>
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber : Sugiono (2011)*

Tanggapan yang diminta dari responden berisi poin-poin mengenai faktor yang menentukan konsumen dalam memilih Supermarket Lotte Mart Bekasi Junction sebagai tempat berbelanja.

Variabel-variabel yang diukur dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator akan dijadikan untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner. Indikator-indikator yang digunakan dapat dilihat pada tabel 3.3

**Tabel 3.3. Indikator Variabel Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Memilih Supermarket.**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No. Item Instrumen</b>
Harga (X1)	Promosi	Potongan Harga / Diskon	1
		Pemberian hadiah	2
Lokasi (X2)	Kestrategisan Tempat	Kemudahan mendapatkan kendaraan umum	3
		Lokasi mudah ditemui	4
Kualitas Pelayanan (X3)	Keandalan	Dapat menangani masalah	5
	Daya tanggap	Kesiapan dan kecepatan karyawan	6
		Kesediaan membantu konsumen	7
		Tanggap terhadap keluhan	8
	Perilaku kariawan	Kebersihan	9
		Keramahan	10
		Product Knowledge	11
	Empati	Perhatian terhadap konsumen	12
		Kesesuaian product	13
	Berwujud	Tampilan	14
Keputusan memilih supermarket (Y)	Harga	Harga yang sesuai pasaran	15
	Pelayanan	Pelayanan sesuai harapan konsumen	16
	Selera	Produk bervariasi	17

*Sumber : Fandy Tjiptono (2010)*

### 3.7. Metoda Analisis Data

Langkah-langkah analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini melakukan pengujian statistik regresi linier berganda

#### 1. Uji Instrumen Penelitian / Uji Kualitas Dat

Langkah pertama pada analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah pengukuran dan pengujian suatu kuesioner. Suatu kuesioner atau hipotensis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut.

Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *reability* (tingkat keandalan) dan *validity* (tingkat kesalahan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurat data yang dikumpulkan.

##### a. Uji Validitas Instrument

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan (kuesioner), dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dengan kata lain mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti untuk menguji tingkat validitas empiris instrument, dapat dilakukan 83 responden. Apabila hasilnya sebesar 0,179 keatas, maka faktor tersebut merupakan kontruksi yang kuat atau memiliki validitas kontruksi yang baik.

##### b. Uji Reliabilitas Instrumen

Menurut Priyatno (2010) Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi didalam mengukur gejala yang sama. Apakah pengukuran yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan ntuk menguji reabilitas suatu instrumen penelitian, agar instrumen dapat digunakan dengan tehnik belah dua yang dilakukan dengan rumus *spearman brown*.

#### 3.7.1. Pengolahan data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Program For Social Scinences*) versi 22 dan manual. Hal ini dilakukan agar dalam pengolahan data statistik dapat lebih cepat dan tepat.

### 3.7.2. Penyajian data

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah dalam menganalisa dan memahami data sehingga lebih sistematis.

### 3.7.3. Analisis statistik data

Metode analisis statistik data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien korelasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis.

#### (1) Analisis koefisien korelasi

Nilai koefisien korelasi berkisar dari -1 sampai 1. Interpretasi bagi nilai koefisien korelasi ( $r$ ) tertentu adalah :

**Tabel 3.4. Pedoman Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi**

NO	Interval Koefisien ( nilai mutlak )	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (2010)*

Dengan demikian, jika nilai  $r$  mendekati maka hubungan ketiga variabel semakin lemah sebaliknya, jika nilai  $r$  semakin jauh dari nol berarti hubungan ketiga variabel semakin kuat.

(1) Analisis koefisien korelasi parsial merupakan alat analisis yang dapat digunakan apabila dalam suatu penelitian terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial dihitung untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas tertentu terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

Korelasi parsial antara  $X_1$  dengan  $Y$  ( $X_2$  dan  $X_3$  konstan )

$$r_{Y1.23} = \frac{r_{Y1} - r_{Y2} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123}}{\sqrt{(1 - (r_{Y2})^2) \cdot (1 - r_{Y3})^2 \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

- a. Korelasi parsial antara  $X_2$  dengan  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_3$  konstan)

$$r_{Y2.13} = \frac{r_{Y2} - r_{Y1} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123}}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (1 - r_{Y3})^2 \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

- b. Korelasi parsial antara  $X_3$  dengan  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_2$  konstan)

$$r_{Y3.12} = \frac{r_{Y3} - r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{123}}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (1 - r_{Y2})^2 \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

Keterangan :

$r_{Y1}$  = Koefisien korelasi sederhana antara  $X_1$  dengan  $Y$

$$= \frac{\sum x_{1i} y_i}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

$r_{Y2}$  = Koefisien korelasi sederhana antara  $X_2$  dengan  $Y$

$$= \frac{\sum x_{2i} y_i}{\sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

$r_{Y3}$  = Koefisien korelasi sederhana antara  $X_3$  dengan  $Y$

$$= \frac{\sum x_{3i} y_i}{\sqrt{\sum x_{3i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

$r_{123}$  = Koefisien korelasi sederhana antara  $X_1$  dengan  $X_2$

$$= \frac{\sum x_{1i} x_{2i} x_{3i}}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum x_{3i}^2}}$$

$r$  = Koefisien korelasi

$$x_{1i} = X_{1i} - \bar{X}_1$$

= Selisih skor variabel harga butir  $i$  ( $X_{1i}$ )  
dengan rata-rata skor variabel harga ( $\bar{X}_1$ )

$$x_{2i} = X_{2i} - \bar{X}_2$$

= Selisih skor variabel lokasi butir  $i$  ( $X_{2i}$ )  
dengan rata-rata skor variabel lokasi ( $\bar{X}_2$ )

$$x_{3i} = X_{3i} - \bar{X}_3$$

= Selisih skor variabel kualitas pelayanan butir  $i$  ( $X_{3i}$ )  
dengan rata-rata skor variabel kualitas pelayanan ( $\bar{X}_3$ )

$$\bar{y}_i = Y_i - \bar{Y}$$

= Selisih skor variabel keputusan memilih Supermarket butir i ( $Y_i$ ) dengan rata-rata skor variabel keputusan memilih Supermarket ( $\bar{Y}$ )

$$\bar{X}_1 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{1i}$$

= Rata-rata skor variabel harga ( $X_1$ )

$$\bar{X}_2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{2i}$$

= Rata-rata nilai variabel lokasi ( $X_2$ )

$$\bar{X}_3 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{3i}$$

= Rata-rata nilai variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ )

$$\bar{Y} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n Y_{1i}$$

= Rata-rata skor variabel keputusan memilih Supermarket ( $Y$ )

## (2). Analisis koefisien Korelasi Berganda

Metode analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis korelasi berganda. Analisis korelasi berganda yaitu Digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel bebas atau lebih yang secara bersama-sama dihubungkan dengan variabel terikatnya. Variabel-variabel tersebut yaitu :

$X_1$  adalah harga

$X_2$  adalah lokasi

$X_3$  adalah kualitas pelayanan

$Y$  adalah keputusan memilih Supermarket

$$r_{y123} = \sqrt{\frac{(r_{y1})^2 + (r_{y2})^2 + (r_{y3})^2 - 2(r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{y3} \cdot r_{123})}{1 - (r_{123})^2}}$$

## Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis terdapat  $\rho$  digunakan untuk mengetahui signifikan hubungan variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial maupun simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

(1) Pengujian hipotesis secara parsial

a. Hubungan Harga dan Keputusan memilih supermarket

$H_0: \rho_1 \leq 0$  (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan Memilih Supermarket).

$H_a: \rho_1 > 0$  (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan memilih Supermarket).

b. Hubungan Lokasi dan Keputusan Memilih Supermarket

$H_0: \rho_2 \leq 0$  (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara lokasi dengan keputusan memilih Supermarket).

$H_a: \rho_2 > 0$  (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antar lokasi dengan keputusan memilih Supermarket)

c. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Keputusan Memilih Supermarket

$H_0: \rho_3 \leq 0$  (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan memilih Supermarket).

$H_a: \rho_3 > 0$  (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan memilih Supermarket).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *significance t* dibandingkan dengan  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ) dengan kriteria :

$H_0$  ditolak, jika *significance t*  $< 0,005$  dan

$H_a$  diterima, jika *significance t*  $\geq 0,05$

(1) Pengujian secara simultan

$H_0 : \rho_1, \rho_2, \rho_3 \leq 0$  (Secara simultan tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga, lokasi dan pelayanan

dengan keputusan memilih Supermarket).

$H_a : \rho_1, \rho_2, \rho_3 > 0$  (Secara simultan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga, lokasi dan pelayanan dengan keputusan memilih Supermarket).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan digunakan nilai *significance* F dibandingkan dengan  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ) dengan kriteria :

$H_0$  ditolak, jika *significance* F  $< 0,05$  dan

$H_a$  diterima, jika *significance* F  $\geq 0,05$

