

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Seluruh aktifitas pengumpulan data penelitian akan dilaksanakan di Alfamart cabang Harapan Indah Bekasi. Lokasi penelitian ini dipilih karena dianggap sebagai tempat yang tepat untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan oleh penulis.

Adapun waktu yang diperlukan dalam penelitian ini kurang lebih 3 (tiga) bulan, yang akan dimulai pada April - Juni 2015.

3.2. Strategi dan Metode Penelitian

3.2.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif, yaitu strategi penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dimana penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan apakah terdapat hubungan antara masing-masing variabel yaitu Kemasan produk (X_1) dan Harga (X_2) merupakan variabel independen dan Minat beli konsumen (Y) merupakan variabel dependen.

3.2.2. Metode penelitian

Metode yang digunakan dalam metode ini adalah metode penelitian survei. Metode penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah dari data sampel yang diambil populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Metode survei dipilih untuk mengetahui hubungan antara kemasan produk, harga dengan minat beli konsumen.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi

Populasi adalah kumpulan obyek yang ingin diketahui sifat, jenis dan karakteristik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang ke Alfamart cabang Harapan Indah yaitu sebanyak 2450 dari bulan april sampai dengan bulan Juni 2015. pelanggan dengan tujuan membeli produk koko krunch yang terdiri dari berbagai macam profesi seperti pekerja, Ibu rumah tangga, pelajar atau mahasiswa/i, dll.

3.3.2. Sampel penelitian

Sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *teknik purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan yang digunakan adalah pelanggan yang sering melakukan pembelian produk koko krunch di Alfamart cabang Harapan Indah.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tarf Kesalahan 10%

Perhitungan jumlah sampel penelitian sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{2450}{1 + 2450 (0,10)^2} \\ &= 96.07 \text{ dibulatkan menjadi } 96 \end{aligned}$$

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden.

3.4. Unit-unit Analisis Penelitian

Unit Analisa yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen Alfamart cabang Harapan Indah Bekasi sebagai unit analisis dalam penelitian, karena dapat memberikan tanggapan atau respon secara langsung tentang sejauh mana hubungan antara Promosi, Harga, dan Kualitas pelayanan dengan Keputusan Pembelian konsumen.

3.5. Metoda Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, ditentukan dahulu instrument pengumpulan data yang akan digunakan. Data dan informasi tersebut dikumpulkan untuk disusun dan dianalisa untuk gambaran yang lebih jelas. Untuk memperoleh data-data dan informasi, maka instrument pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Yaitu, metode pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis melalui pengamatan secara langsung terhadap segala aktifitas dari objek penelitian yang menjadi sumber data, sehingga peneliti mendapatkan data yang akurat dan relevan.

2. Kuisisioner

Penelitian digunakan dengan mengumpulkan data-data mengenai promosi, harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan jawaban.

3. Riset pustaka

Riset pustaka merupakan metode 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.

3.6. Instrumen Pengumpulan Data

3.6.1. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas, yaitu kemasan produk (X_1), harga (X_2) dan Variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y). Instrumen Penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap pendapat, dan persepsi seseorang/sekelompok tentang kejadian tertentu. Variabel yang diukur dijabarkan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan dalam sebuah kuisioner penelitian pada table berikut :

Tabel 3.1 Indikator Variabel Kemasan Produk, Harga dan Minat Beli Konsumen.

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No.item
Kemasan Produk (X_1) <i>Sumber : Kotler dan Amstong (2008:272)</i>	Daya tarik Visual	Warna	1
		Bentuk	2
		Merk/Logo	3
		Ilustrasi	4
		Tata Letak	5
	Daya Tarik Praktis	Kemasan Melindungi Produk	6
		Kemasan dengan Porsi sesuai	7
		Kemasan yang mudah dibawa	8
Harga (X_2) <i>Sumber : Kotler (2009)</i>	Nilai Produk	Kesesuaian harga	1
	Daya Saing Harga	Potongan Harga (Diskon)	2
		Perbandingan harga dengan pesaing	3
Minat beli konsumen (Y) <i>Sumber : Tjiptono (2008)</i>	Kebutuhan	Kebutuhan yang mendesak	1
	Mutu Pelayanan	Pelayanan yang baik	2
	Promosi	Seringnya promosi yang diberikan	3
	Harga	Harga yang sesuai Pasaran	4
	Faktor luar Individu	Pengaruh teman ataupun keluarga	5

Penelitian ini akan menggunakan alat bantu yang digunakan dalam pengumpulan data berupa daftar pertanyaan terhadap faktor-faktor yang akan diteliti dan akan diberikan skor atau nilai terhadap jawaban responden.

Berdasarkan penggunaannya penelitian ini menggunakan skala Likert. Yaitu skala Likert ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang dan baik-tidak baik. Dengan kata lain Skala Likert adalah membuat kode atas butir-butir pernyataan dan perhitungan yang memungkinkan peneliti mengurutkan hasil kuesioner dari tingkat paling rendah (1) ke tingkat paling tinggi (5). Penentuan bobot dengan Skala Likert. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat sampai sangat negative, kategori skala likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Metode Skala Likert

Bobot	Penilaian
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Cukup Setuju (CS)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber : Sugiono (2013)

3.6.2. Pengujian Instrumen

Setelah jawaban kuesioner diperoleh sebagai data, maka data tersebut akan diuji terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Setelah kuesioner tersusun dan teruji validitasnya, belum tentu data yang terkumpul adalah data yang valid. Hasil penelitian dapat dikatakan valid bilamana instrumen tersebut dapat mengukur variabel yang diteliti secara tepat atau dengan kata lain ada suatu kecocokan diantara

apa yang diukur dengan tujuan pengukuran. Sugiyono (2010:172) menyatakan bahwa hasil penelitian yang tidak valid, apabila ada ketidaksesuaian antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen penelitian dikatakan valid (akurat) untuk penelitian jika memiliki nilai validitas sebesar 0,1689 atau lebih, sehingga faktor tersebut merupakan construct yang kuat atau memiliki validitas konstruk yang baik, dan sebaliknya, jika nilai validitas lebih kecil dari 0,1689 instrumen penelitian dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat keterpercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil yang terpercaya dan reliabel. Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Walaupun secara teoritis besarnya koefisien reliabilitas berkisar antara 0,00 - 1,00 akan tetapi yang potensial kenyataannya koefisien sebesar 1,00 tidak pernah di capai dalam sebuah pengukuran, karena manusia sebagai subjek pengukuran psikologis. Dalam penelitian ini uji reliabilitas diperiksa dengan menggunakan *software* SPSS 22 dengan uji *Alpha Cronbach*. Butir tes mempunyai reliabilitas baik, jika nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6. Sedangkan untuk menguji reliabilitas instrumen ini menggunakan rumus *alpha cronbach* sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{S_b^2}{S_t^2} \right)$$

Dimana : α = koefisien reliabilitas yang dicari

k = jumlah butir pertanyaan

S_b^2 = varian butir pertanyaan

S_t^2 = varian skor total

3.7. Metoda Analisis Data

3.7.1 Metoda Pengolahan Data

Data yang terkumpul dari kuesioner ditabulasi, selanjutnya diolah menggunakan program SPSS (Statistical Package the Social Scinences). Data disajikan dalam bentuk tabel, tujuannya agar data mudah dibaca dan dimengerti.

3.7.2. Metoda penyajian data

Data yang terkumpul dan telah diolah disajikan dalam bentuk tabel sehingga lebih mudah untuk dilakukan analisis.

3.7.3 Analisis Statistik Data

Analisis data yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian adalah analisis koefisien korelasi dan pengujian hipotesis. Analisis koefisien korelasi yang digunakan adalah korelasi parsial dan berganda dan pengujian hipotesis yang digunakan adalah parsial dan simultan.

1. Analisis Koefisien korelasi parsial

Analisis korelasi parsial adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dimana variabel lainnya yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel kontrol). Nilai korelasi (r) berkisar dari 1 sampai dengan -1 , jika nilai r semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai r mendekati 0 berarti hubungan antar dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (jika X naik, maka Y naik, dan sebaliknya) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik (jika X naik, maka Y turun, dan sebaliknya). Untuk mengukur tingkat korelasi parsial, peneliti menggunakan program SPSS.

Adapun rumus yang akan digunakan untuk menghitung korelasi parsial dalam penelitian ini adalah :

(1) Korelasi parsial antara X_1 dengan Y (X_2 konstan)

$$r_{Y1.2} = \frac{r_{YX_1} - r_{YX_2} r_{X_1X_2}}{\sqrt{(1 - r_{YX_2}^2) - (1 - r_{X_1X_2}^2)}}$$

(2) Korelasi parsial antara X_2 dengan Y (X_1 konstan)

$$r_{Y_{2.1}} = \frac{r_{YX_2} - r_{YX_1} r_{X_2X_1}}{\sqrt{(1-r_{YX_1}^2) - (1-r_{X_2X_1}^2)}}$$

Keterangan :

r_{YX_1} = koefisien korelasi sederhana X_1 dengan Y

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

r_{YX_2} = koefisien korelasi sederhana X_2 dengan Y

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

x_{1i} = Selisih skor variabel *kemasan produk* butir i (X_{1i}) dengan rata-

rata skor variabel *kemasan produk* (\bar{X}_1)

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

x_{2i} = Selisih skor variabel *harga* butir i (X_{2i}) dengan

rata-rata skor variabel *harga* (\bar{X}_2)

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

y_i = Selisih skor variabel minat beli konsumen butir i (Y_i) dengan

rata-rata skor variabel minat beli konsumen (\bar{Y})

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

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

= Rata-rata skor variabel *kemasan produk* (X_1)

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

= Rata-rata skor variabel *harga* (X_2)

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

= Rata-rata skor variabel Minat beli konsumen (Y)

$r_{x_1x_2}$ = Koefisien korelasi sederhana antara X_1 dan X_2

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

X_1 = *Kemasan Produk*

X_2 = Harga
 Y = Minat beli konsumen

1. Analisis korelasi berganda

Analisis korelasi berganda adalah analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel bebas atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel terikat. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung korelasi berganda dalam penelitian ini adalah :

$$r_{YX_1X_2} = \sqrt{\frac{(r^2_{YX_1} + r^2_{YX_2}) - 2\{(r_{YX_1} r_{YX_2})(r_{X_1X_2})\}}{1 - r^2_{X_1X_2}}}$$

Keterangan :

$r_{YX_1X_2}$ = Korelasi antara variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

Menurut Sugiyono, pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 3.3. Interpretasi Koefisien Korelasi

No.	Interval Koefisien (Nilai Mutlak)	Tingkat Hubungan
1	0,000 – 0,199	Sangat Lemah
2	0,200 – 0,399	Lemah
3	0,400 – 0,599	Sedang
4	0,600 – 0,799	Kuat
5	0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013)

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis terhadap ρ digunakan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

(1) Pengujian hipotesis secara parsial

a. Hubungan X_1 dengan Y

$H_0 : \rho_1 \leq 0$; Artinya *Kemasan produk* (X_1) secara parsial tidak memiliki hubungan positif dan signifikan dengan Minat beli konsumen (Y).

$H_a : \rho_1 > 0$; Artinya *harga* (X_1) secara parsial memiliki hubungan positif dan signifikan dengan Minat beli konsumen (Y).

b. Hubungan X_2 dengan Y

$H_0 : \rho_2 \leq 0$; Artinya *Harga* (X_2) secara parsial tidak memiliki hubungan positif dan signifikan dengan Minat beli konsumen (Y).

$H_a : \rho_2 > 0$; Artinya *Harga* (X_2) secara parsial memiliki hubungan positif dan signifikan dengan Minat beli konsumen (Y).

Untuk menguji hubungan variabel bebas tertentu dengan variabel terikat secara parsial, dilihat dari *P-value* dibandingkan dengan taraf nyata α ($5\% = 0,05$), dengan kriteria :

H_0 ditolak, jika *P-value* $< 0,05$ dan

H_0 diterima, jika *P-value* $\geq 0,05$

(2) Pengujian hipotesis secara simultan

$H_0 : \rho_{12} \leq 0$; secara simultan tidak terdapat hubungan positif antara *Kemasan produk* dan *harga* dengan minat beli konsumen

$H_0 : \rho_{12} > 0$; secara simultan terdapat hubungan positif antara *kemasan produk* dan *harga* dengan minat beli konsumen.

Untuk menguji hubungan semua variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan, dilihat dari nilai *F* signifikan dibandingkan dengan taraf nyata α ($5\% = 0,05$), dengan kriteria :

Jika *significance F* $< 0,05$, maka H_0 ditolak

Jika *significance F* $\geq 0,05$, maka H_0 diterima