

## **BAB III**

### **PROSEDUR PENELITIAN**

#### **3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan pada Toko Buku Gunung Agung Cabang Mall Arion di Jakarta Timur. Waktu penelitian selama 3 (tiga) bulan dari bulan April 2015 sampai dengan Juni 2015.

#### **3.2. Strategi dan Metode Penelitian**

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan survei menurut Sugiyono (2013:7), sedangkan berdasarkan data yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:1) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan fungsi tertentu.

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan teknik evaluasi regresi linier berganda, dengan pengumpulan data dilakukan melalui instrumen penelitian, dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen. Metode ini dipergunakan untuk menguji dan memaparkan hubungan antara dua variabel bebas (*independent variabel*) dengan satu variabel terikat (*dependent variabel*). Dalam hal ini variabel bebas terdiri atas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) sedangkan variabel terikat yaitu keputusan konsumen membeli pada Toko Buku Gunung Agung Cabang Mall Arion (Y).

#### **3.3. Populasi dan Sampel Penelitian**

Menurut Ferdinand (2006:223) populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang

sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang dan benda-benda alam yang lain atau bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek dipelajari tetapi meliputi keseluruhan karakteristik/sifat yang dimiliki subyek atau objek tersebut (Sugiyono, 2008:80). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk di Toko Buku Gunung Agung.

Sugiyono (2008:81) berpendapat bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan diberlakukan pada populasi. Sampel harus diambil secara representatif dari populasi. Sedangkan menurut Ferdinand (2006:223) sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah dengan cara teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* yaitu pengambilan sampel secara aksidental (*accidental*) dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo, 2010). Peneliti mengambil responden pada saat itu juga di Toko Buku Gunung Agung Cabang Mall Arion yang berjumlah 60 orang.

#### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Pada bagian ini akan membahas tentang data yang diperlukan dalam penelitian, adapun data-data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer.

Data primer adalah data yang diperoleh seorang peneliti secara langsung dari obyeknya. Menurut sumbernya data dalam penelitian ini adalah data internal. Data internal adalah data yang diperoleh langsung dari perusahaan (tanpa perantara). Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara meminta keterangan dari responden perusahaan yaitu karyawan perusahaan yang bersangkutan. Data primer dalam penelitian ini meliputi sejarah perusahaan, bidang usaha perusahaan dan ruang lingkupnya, pernyataan kuesioner pada Toko Buku Gunung Agung Cabang Mall Arion dan hasil sebaran kusioner.

### 3.5. Kisi-kisi Instrumen

Variabel merupakan gejala yang menjadi fokus penelitian untuk diamati. Secara operasional variabel perlu didefinisikan yang bertujuan untuk menjelaskan makna variabel penelitian. Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberikan petunjuk bagaimana variabel itu diukur. Variabel penelitian terdiri dari empat variabel yaitu tiga variabel bebas dan satu variabel terikat.

Penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. Jawaban dari pernyataan responden (kualitatif) dirubah menjadi kuantitas berupa angka skor, seperti tabel 3.1 di bawah ini :

**Tabel 3.1.** Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Pada penelitian ini terdapat dua variabel bebas (*independent variable*) dan satu variabel terikat (*dependent variable*). Sebagai variabel bebas yang pertama adalah produk yang dinotasikan dengan X1 sebagai variabel bebas yang kedua

adalah harga yang dinotasikan dengan X2 dan lokasi yang dinotasikan dengan X3. Sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah keputusan konsumen membeli yang dinotasikan dengan Y.

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>No Butir</b>
Produk (Variabel Independen ke 1)	Produk merupakan salah satu daya tarik konsumen dalam menambah referensi suatu produk yang akan di konsumsi.	1. Kelengkapan produk 2. Variasi produk 3. Produk yang mengikuti tren	6,7,8 9,10,4,5 12,3
Harga (Variabel Independen ke 2)	Harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.	1. Harga terjangkau 2. Harga bersaing 3. Harga sesuai kualitas	1,2,4 3,5,6 7,8,9,10
Lokasi (Variabel Independen ke 3)	Lokasi adalah suatu ruang dimana berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran	1. Area parkir yang luas 2. Lokasi yang strategis 3. Kemudahan dalam mengakses	3 1,2,4,5 6,7,8,9,10
Keputusan pembelian (Variabel Dependen)	Suatu proses pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk yang dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan pembelian dan akhirnya didapatkan perilaku setelah membeli yaitu puas atau tidak puas atas suatu produk yang dibelinya.	1. Keinginan untuk membeli produk 2. Kemudahan mendapatkan produk 3. Keinginan untuk membeli ulang	1,2,3 4,5,6 7,8,9,10

Sumber : Philip Kotler, Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007)

### **3.6. Metoda Analisis Data**

Langkah-langkah analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **3.6.1. Pengolahan Data**

Setelah data kuesioner terkumpul, data tersebut diubah menjadi data kuantitatif, yaitu jawaban-jawaban dari kuesioner yang diberikan bobot skor berdasarkan tabel III.1. Data diolah untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel-variabel penelitian. Untuk mengolah data yang terkumpul dikerjakan secara manual dan menggunakan software olah data yaitu SPSS Versi 20.00.

#### **3.6.2. Uji Instrumen Penelitian/Uji Kualitas data**

Langkah kedua dalam analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah pengukuran dan pengujian suatu kuesioner. Suatu kuesioner atau hipotesis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *validity* (tingkat kesahihan) *reability* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

##### **1. Uji Validitas**

Instrumen penelitian yang diuji cobakan kepada karyawan bagian penjualan sebagai sampel penelitian. Data yang diperoleh kemudian ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan metode *construct validity* dengan menggunakan metode korelasi sederhana. Nilai dikatakan valid apabila nilai lebih besar atau sama dengan 0,30 dan sebaliknya bila nilai dibawah 0,30 maka tidak valid.

## 2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula, kualitas data yang diperoleh dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi dengan menggunakan uji reliabilitas dan validitas. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan internal consistency dengan teknik belah dua (*Split Half*), yang dianalisis dengan menggunakan rumus Spearman Brown, sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

$r_i$  : Reliabilitas instrumen

$r_b$ : Koefisien korelasi sederhana

### 3.6.3. Analisis Korelasi Sederhana

Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan yang diberikan variabel X dengan variabel Y, yaitu dihitung dengan menggunakan rumus.

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots(3.4.)$$

dimana :

$r$  = koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y

$n$  = jumlah data

### 3.6.4. Analisis Korelasi Ganda

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara keseluruhan variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  dengan variabel terikat  $Y$ . Koefisien korelasi tersebut dapat diperoleh dari :

$$R_{X_1X_2Y} = \sqrt{\frac{r^2_{X_1Y} + r^2_{X_2Y} - 2(r_{X_1Y}) \cdot (r_{X_2Y}) \cdot (r_{X_1X_2})}{1 - r^2_{X_1X_2}}} \dots\dots(3.5.)$$

Koefisien korelasi tersebut mempunyai nilai antara  $-1$ ,  $0$ , dan  $1$ .

$R_{y x_1 x_2} = 1$  atau mendekati  $x_1, x_2$  dan  $y$  adalah sangat kuat.

$R_{y x_1 x_2} = 0$  atau mendekati  $x_1, x_2$  dan  $y$  adalah lemah.

Tingkat hubungan yang terjadi pada suatu koefisien korelasi dapat dicari dengan menggunakan tabel di bawah.

**Tabel 3.3.** Pedoman Interpretasi Koefien Korelasi

Interval koefisien (nilai mutlak)	Tingkat hubungan
0.00-0.200	Sangat rendah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Sedang
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.000	Sangat kuat

*Sumber : Sugiono, (2007)*

### 3.6.5. Pengujian hipotesis parsial

Adapun langkah-langkah dalam pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$

- $H_01 : \rho_{y1-2} \leq 0$  tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara produk dengan keputusan konsumen membeli
- $H_a1 : \rho_{y1-2} > 0$  terdapat hubungan positif dan signifikan antara produk dengan keputusan konsumen membeli
- $H_02 : \rho_{y2-1} \leq 0$  tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara harga dengan keputusan konsumen membeli
- $H_a2 : \rho_{y2-1} > 0$  terdapat hubungan positif dan signifikan antara harga dengan keputusan konsumen membeli
- $H_03 : \rho_{y3-1} \leq 0$  tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara lokasi dengan keputusan konsumen membeli
- $H_a3 : \rho_{y3-1} > 0$  terdapat hubungan positif dan signifikan antara lokasi dengan keputusan konsumen membeli

2. Menentukan taraf nyata ( $\alpha$ ) dan tingkat keyakinan ( $1-\alpha$ )

Pengujian hipotesis digunakan sebagai alat untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% dan taraf nyata  $\alpha = 5\%$

3. Menentukan daerah kritis (daerah penolakan  $H_0$ )

$H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak, jika P-Value  $> 0,05$

$H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima, jika P-Value  $< 0,05$

4. Menarik kesimpulan

### 3.6.4. Pengujian hipotesis simultan

Dengan pengujian hipotesis sebagai berikut :

1.  $H_0 : \rho_{123} \leq 0$  Secara ganda tidak ada hubungan variabel  $X_1$   $X_2$  dan  $X_3$  dengan  $Y$

Ha :  $\rho_{123} > 0$  Secara ganda ada hubungan variabel  $X_1$   $X_2$  dan  $X_3$  dengan Y

2. Ho ditolak jika *Significance F* < 0,05
3. Menarik kesimpulan Dan interpretasi