

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi dan Metoda Penelitian

3.1.1. Strategi penelitian

Wyckof (2012:42) “Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Menurut Sugiono dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu cara yang sudah mempunyai susunan secara sistematis yang digunakan pada penelitian untuk mencari pemecahan terhadap suatu masalah.

J. Paul Peter dan Jerry C (2014:42) “Strategi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Penelitian Causal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara minimal dua variabel atau lebih dan mencari sebab dan akibat”. Strategi ini dimaksudkan agar dapat memberikan penjelasan mengenai pengaruh antara keragaman produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen

3.1.2. Metode penelitian

Metode penelitian digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metoda penelitian survey. Sugiyono (2014:2) “Metoda penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya”. Metoda survey dipilih untuk mengetahui pengaruh antara keragaman produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi penelitian

Sugiyono (2014:56) “Pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli yang datang ke Transmart Carrefour Cabang Cempaka Putih dengan tujuan membeli produk yang dijual oleh Transmart Carrefour Cabang Cempaka Putih.

3.2.2. Sampel penelitian

Sugiyono (2014:54) “Sampel dapat didefinisikan sebagai berikut “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili)”.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Transmart Carrefour Cabang Cempaka Putih dengan kriteria sebagai berikut :

1. Usia lebih dari 16 tahun. Dengan usia yang sudah dewasa diharapkan responden sudah dapat membuat penilaian secara obyektif mengenai pernyataan dalam kuesioner yang berkaitan dengan variabel penelitian.
2. Minimal pernah belanja di Transmart Carrefour 2 kali. Responden yang dipilih pelanggan yang pernah belanja 2 kali atau lebih di Transmart Carrefour Cempaka Putih karena penelitian ini juga berhubungan dengan keloyalan pelanggan.

Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan rumus MOE:

$$N = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = Margin of error (10%)

$$N = \frac{1,96^2}{4(0,01)^2}$$

N = 96,04

Sehingga penelitian ini memperoleh nilai n sebesar 96,04 dan di bulatkan menjadi 97. Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 97 orang. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negative untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Dalam penelitian ini variabel independen adalah Keragaman Produk (X1), Persepsi Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) sedangkan variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian (Y) Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas (independen) secara individual dalam

menjelaskan variasi variabel dependen Dasar pertimbangan pengambilan keputusan sebagai berikut : (ghozali, 2010)

1. Dengan membandingkan nilai t hitung dengan t table.
 - a. Jika $t_{table} > t_{hitung}$, maka H_0 di terima dan H_1 ditolak
 - b. b.Jika $t_{table} < t_{hitung}$, maka H_0 di tolak dan H_1 ditolak
2. Dengan menggunakan probabilitas signifikana.
 - a. Apabila nilai signifikannya $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
 - b. Apabila nilai signifikannya $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Uji f pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Keriteria pengujian dengan membandingkan F hitung dengan F tabel (Ghozali, 2010) :

- a. $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a di tolak, artinya variabel independen secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- b. $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependensecara signifikan.

Koofisien determinasi (R^2), pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koofisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel—variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. “Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen”. (Ghozali, 2010)

3.3. Metoda Pengumpulan Data

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

1.3.1. Data Primer

Data dari lapangan (*Field Research*)

Dalam teknik pengumpulan data dari 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 Transmart Carrefour Cempaka Putih dengan pelayanan yang ada dan di rasa oleh konsumen.

(2) Kuisisioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab⁴⁶. Peneliti akan membagikan kuesioner kepada semua Konsumen yang berbelanja di Supermarket Transmart Carrefour Cabang Cempaka Putih untuk diisi dan kemudian dijadikan sumber data dalam penelitian.

1.3.2. Data sekunder

Data dikumpulkan dari berbagai sumber seperti buku buku, media internet, dan jurnal jurnal penelitian terdahulu yang signifikan dengan topik penelitian. ”Data sekunder dapat menjadi cara mudah dan cepat untuk mendapatkan gambaran umum yang berguna untuk riset asalkan informasi tersebut berasal dari sumber sumber yang ada dan sesuai” (Malhotra *et al.*, 2010). Sedangkan pengertian lain “data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh orang lain selain peneliti yang melakukan penelitian ini” (Sekaran & Bougie, 2016). Data tersebut berasal dari internal atau eksternal organisasi yang direkam atau dipublikasikan. Penulis mendapat data sekunder melalui metode literature review yang berasal dari buku, jurnal, artikel dari website dan kepustakaan lainnya yang terkait dengan penelitian.

3.4 Operasionalisasi Variabel

3.4.1. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrument yang digunakan berupa kuesioner diukur menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Dalam skala Likert terdapat skor atau bobot terhadap jawaban yang disediakan. Apabila menjawab sangat setuju memiliki skor 4, setuju memiliki skor 3, tidak setuju memiliki skor 2, dan jika menjawab sangat tidak setuju memiliki skor 1.

Variabel-variabel yang diukur dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub Indikator ini akan dijadikan untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner. Indikator-indikator yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 1.1 Kriteria Pengukuran Instrument Penelitian

Kriteria	SKOR
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (2014)

Tabel 2.2 Indikator Variabel Keragaman Produk, Persepsi Harga dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Variabel	Indikator	Sub indikator	No .Item Kuesioner
Keragaman Produk (X1)	Ketersediaan Produk	Kelengkapan Produk	1
		Variasi Produk	2
		Konsistensi Produk	3
		Macam Merek	4
Persepsi Harga (X2)	Keterjangkauan harga	Harga yang terjangkau sesuai kebutuhan	5
	Kesesuaian harga	Harga yang sesuai manfaat dan nilai produk	6
	Daya saing harga	Harga memiliki kualitas dan daya saing dengan perusahaan sejenis	7
	Harga yang ditawarkan	Harga yang murah, terjangkau, harga ekonomis	8
Kualitas Pelayanan (X3)	Kehandalan	Cekatan dalam transaksi	9
	Daya tanggap	Kecepatan pelayanan	10
	Jaminan	Pelayanan yang ramah dan kesopanan	11
	Empati	Pemahaman akan kebutuhan pelanggan	12
	Berwujud	Penataan ruangan dan fasilitas	13
		Kebersihan ruangan dan fasilitas	14
Keputusan Pembelian (Y)	Pemilihan Konsumen	Pemilihan Produk	15
		Pemilihan Merek	16
		Pilihan Toko	17
		Pilihan Jumlah	18
		Pembelanjaan Ulang	19

Sumber: Kotler dan Keller (2013), Kotler dan Armstrong (2012), Fandy Tjiptono (2012)

3.4.2. Pengujian instrumen penelitian

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

3.4.2.1 Uji Validitas

Sugiyono (2014:116) “Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan”. Data yang diperoleh ditabulasikan, kemudian dilakukan analisis faktor untuk mengajukan *construct validity* dengan menggunakan metoda korelasi sederhana (r hitung), yaitu mengkorelasikan skor faktor dengan skor total. Alat pengujian validitas ini menggunakan rumus korelasi *product moment*, sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

R hitung = Koefisien validitas butir pernyataan yang dicari

N = Banyaknya responden (Populasi)

X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Langkah selanjutnya adalah secara statistik, angka korelasi yang diperoleh dengan melihat tanda bintang pada hasil skor total, atau membandingkan dengan angka bebas korelasi nilai r yang menunjukkan valid.

Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS 26.0 (*Statistical Package for Social Sciences*). Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan table r produk moment. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

a. Apabila r hitung > r table, maka item kuesioner tersebut valid.

b. Apabila r hitung $<$ r table, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

Apabila nilai r hitung sebesar 0,3 (r kritis) ke atas, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi.

3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2014:199) “Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan”. Setelah semua pertanyaan sudah valid, analisis selanjutnya dengan uji reliabilitas dengan *cronbach's alpha*. Dilakukan terhadap seluruh pertanyaan dari variabel. Caranya adalah membandingkan r hasil dengan nilai konstanta (0,6). Dalam uji reliabilitas sebagai nilai r hasil adalah nilai α . Ketentuannya bila r $\alpha >$ konstanta (0,6) maka pertanyaan tersebut *reliabel*.

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1. Pengolahan data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Program For Social Sciences*) 26.0 hal ini dilakukan agar dalam mengolah data statistik dapat lebih cepat dan tepat.

3.5.2 Penyajian data

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan di sajikan dalam bentuk tabel agar lebih sistematis dalam memahami dan menganalisa data yang disajikan.

3.5.3 Metode Analisis Statistik Data

3.5.3.1 Analisis Regresi

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Sugiyono (2014:125) “Regresi berguna didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen”. Pada penelitian ini menggunakan alat bantu program statistic SPSS 26.0 untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan output berupa hasil pengolahan dari data yang telah dikumpulkan, kemudian output hasil pengolahan data tersebut diinterpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya. Setelah dilakukan analisis barulah kemudian diambil sebuah kesimpulan sebagai sebuah hasil dari penelitian. Regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variable bebas mempengaruhi variable terikat. Pada regresi linear berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variable bebas.

Dalam Penelitian ini yang menjadi variable terikat Keputusan Pembelian konsumen di Transmart Carrefour Cempaka Putih , sedangkan yang menjadi variable bebas adalah keragaman produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan.

Model hubungan keputusan pembelian dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana:

- Y : Keputusan pembelian (Variabel dependen)
- a : Konstanta
- b : Koefisien regresi
- X₁ : Keragaman produk (Variabel Independen)
- X₂ : Persepsi Harga (Variabel Independen)
- X₃ : Kualitas pelayanan (Variabel Independen)

3.5.3.3 Koefisien Determinasi (KD)

Sugiyono (2014:128) “Koefisien Determinasi (R²) mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerapkan variasi variabel

independen. Nilai determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *adjusted r²*. Digunakan nilai tersebut karena nilai *adjusted r²* pada saat mengevaluasi model regresi dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel tidak bebas. Apabila R^2 mendekati berarti variabel bebas sangat berpengaruh terhadap variabel tidak bebas.

3.5.3.4 Uji Hipotesis

Hipotesis digunakan atau dipakai untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas (Keragaman produk (X_1) , Persepsi Harga (X_2) , dan Kualitas pelayanan (X_3) dengan variabel terikat (Keputusan pembelian konsumen (Y) . Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis :

Uji Hipotesis T Secara Parsial (Uji-T)

Uji ini digunakan mengetahui dalam model regresi variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap dependen (Y). Uji Hipotesis ini menggunakan SPSS 26.0 dengan hasil perhitungan dibandingkan dengan t_{tabel} dan t_{hitung}

A. Uji Koefisien regresi pengaruh keragaman produk terhadap keputusan Pembelian konsumen

Menentukan Hipotesis

$$H_0 : \beta_1 \leq 0$$

$$H_0 : \beta_1 > 0$$

Nilai signifikansi $\alpha = 5 \%$, dengan sampel (n) = 97, Menentukan tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5 \% : 2 = 2,5 \%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria pengujiannya :

$$H_0 \text{ diterima jika } t_{hitung} \leq t_{tabel}$$

$$H_0 \text{ ditolak jika } t_{hitung} > t_{tabel}$$

Dengan membandingkan t hitung dan t tabel serta menarik kesimpulan menjadi hiptesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

B. Uji Koefisien regresi pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen

Menentukan Hipotesis

$$H_0 : \beta_2 \leq 0$$

$$H_0 : \beta_2 > 0$$

Nilai signifikansi $\alpha = 5 \%$, dengan sampel $(n) = 97$, Menentukan tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5 \% : 2 = 2,5 \%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria pengujiannya :

$$H_0 \text{ diterima jika } t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$$

$$H_0 \text{ ditolak jika } t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$$

Dengan membandingkan t hitung dan t tabel serta menarik kesimpulan menjadi hiptesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

C. Uji Koefisien regresi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen

Menentukan Hipotesis

$$H_0 : \beta_3 \leq 0$$

$$H_0 : \beta_3 > 0$$

Nilai signifikansi $\alpha = 5 \%$, dengan sampel $(n) = 97$, Menentukan tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5 \% : 2 = 2,5 \%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria pengujiannya :

$$H_0 \text{ diterima jika } t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$$

$$H_0 \text{ ditolak jika } t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$$

Dengan membandingkan t hitung dan t tabel serta menarik kesimpulan menjadi hiptesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

Uji Hipotesis Simultan (Uji-F)

Sugiyono (2014:201) “Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara langsung bersama-sama (simultan) koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terdapat variabel terikat”. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila Pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi di bawah 0,05 (5%) maka secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen, dengan rumus sebagai berikut :

Apabila pengujian telah dilakukan, maka hasil pengujian tersebut F_{hitung} dibanding dengan F_{tabel} dan kriteria uji untuk F_{hitung} sebagai berikut :

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, Maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

H_0 diterima artinya tidak terdapat pengaruh signifikansi antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama, sedangkan jika H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh anatara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama- sama. Dengan tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$, (signifikansi 5% atau 0,05 ukuran standar yang sering digunakan penelitian

Menentukan Hipotesis

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0 :$

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0 :$

