

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian ini adalah kausal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kausal yaitu meliputi variabel-variabel harga, pelayanan, kualitas produk, dan promosi.

Desain penelitian kausal digunakan untuk membuktikan hubungan antara sebab dan akibat dari beberapa variabel. Penelitian kausal biasanya menggunakan metode eksperimen yaitu dengan mengendalikan independent variable yang akan mempengaruhi dependent variable pada situasi yang telah direncanakan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausal, jenis penelitian kausal adalah sebuah penelitian yang bertujuan utama membuktikan hubungan sebab akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang diteliti. (Istijanto, 2008: 31-33).

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi penelitian

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda, atau suatu hal yang didalamnya dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi data penelitian. (Sugiyono, 2013:119)

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Sale Stock Indonesia yang membeli pakaian berukuran *bigsize*.

3.2.2. Sampel penelitian

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan PT. Sale Stock Indonesia yang membeli pakaian berukuran *bigsize* di Jakarta jumlahnya sangat banyak (tersebar dan sulit diketahui secara pasti), maka diambil beberapa sampel untuk mewakili populasi tersebut. Oleh sebab itu peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yang dirumuskan oleh Widiyanto (2008) :

$$n = \frac{Z^2}{4 (\text{moe})^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

Z : Tingkat Keyakinan yang dalam penentuan sampel 95% = 1,96

moe : Margin of Error atau kesalahan maksimal yang bisa dikorelasi, disini ditetapkan 10%.

Maka dengan demikian jumlah sampel minimal dapat diambil sebesar :

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

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 96,04 \text{ atau } 97$$

Agar memudahkan perhitungan maka dibulatkan menjadi 100. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang digunakan adalah minimal 96,04 responden. Kemudian setelah dibulatkan menjadi 97 responden. Agar mempermudah perhitungan, maka jumlah sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 responden.

Berdasarkan pertimbangan di atas, metode yang digunakan adalah *Purposive Sampling* karena peluang dari anggota populasi yang dipilih sebagai sampel didasarkan pada pertimbangan dan keputusan peneliti. Metode ini merupakan bagian dari metode *Non-Probability Sampling*, dimana sampel yang diambil berdasarkan kriteria – kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan memenuhi kriteria – kriteria dapat digunakan sebagai sampel.(Malhotra, 2007)

Karakteristik dari sampel penelitian ini adalah Konsumen PT Sale Stock Indonesia di Jakarta. Sampel pada penelitian ini harus memenuhi kriteria-kriteria di bawah ini :

- a. Menjadi konsumen PT Sale Stock Indonesia 2 bulan terakhir
- b. Melakukan pembelian minimal 2 kali
- c. Usia > 17 tahun.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan strategi arsip dengan cara pengumpulan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi untuk memperoleh data. Dalam rangka pengumpulan data primer, digunakan beberapa metode yaitu:

1. Observasi

Mengadakan pengamatan langsung kepada obyek yang diteliti guna mencocokkan hasil dari wawancara sehingga mendapatkan keyakinan terhadap kebenaran data tersebut.

2. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disiapkan. Kuesioner terdiri dari sekumpulan pertanyaan yang disajikan kepada responden. Kuesioner berisikan pertanyaan yang terstruktur sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti, meliputi harga, pelayanan, kualitas produk, promosi dan keputusan pembelian.

3.4 Operasionalisasi Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data berupa angket kuesioner. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang telah diuji validitasnya, berisikan pernyataan tertutup yang telah disediakan jawaban sehingga responden dapat memilih yang paling sesuai dengan yang dirasakannya.

Sugiyono (2017:95) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan untuk dapat dipelajari dan dapat disimpulkan.

Variabel-variabel yang diukur dan dijelaskan dalam beberapa indikator yang akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan dalam kuisoner. Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Harga (X1)	Harga merupakan aktivitas kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non-profit. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. (Tjiptono : 2017:369)	1.Membandingkan harga dan kualitas produk 2.Harga produk yang ditawarkan terjangkau oleh pelanggan. 3.Harga sesuai dengan dengan manfaat produk yang diperoleh. 4.Membandingkan harga dengan produk pesaing. 5.Harga yang ditetapkan dapat bersaing dengan produk sejenis.
2	Pelayanan (X2)	Pelayanan (<i>service</i>) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni <i>service operations</i> yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (<i>back office</i> atau <i>backstage</i>) dan <i>service delivery</i> yang biasanya tampak (<i>visible</i>) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula <i>front office</i> atau <i>frontstage</i>). Fandy Tjiptono (2017)	1.Realibilitas (<i>Realibility</i>) 2.Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 3.Jaminan (<i>Assurance</i>) 4.Empati (<i>Empathy</i>) 5.Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) Fandy Tjiptono (2017:89)
3.	Kualitas Produk (X3)	Kualitas adalah produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsi yang dimilikinya Kotler dan Amstrong (2009:143)	1.Bentuk (<i>form</i>) 2.Fitur (<i>feature</i>) 3.Penyesuaian (<i>Customization</i>) 4.Kualitas Kinerja (<i>Performance Quality</i>) Kotler dan Amstrong (2017:88)
4.	Promosi (X4)	Promosi adalah bahan inti dalam kampanye pemasaran, terdiri dari koleksi alat insentif, sebagian besar jangka	1.Periklanan (<i>advertising</i>); 2.Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>); 3.Publisitas (<i>publicity</i>); 4.Penjualan pribadi (<i>personal</i>)

No.	Variabel	pendek40 otler dan Keller, 2009). Definisi Operasional	Indikator
5.	Keputusan Pembelian(Y)	Keputusan pembelian yaitu keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. (Kotler , 2010:108)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan jenis produk 2. Pemilihan bentuk produk 3. Pilihan merek 4. Pilihan penjual 5. Jumlah produk 6. Waktu Pembelian 7. Cara pembayaran

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1 Statistik deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Data yang terkumpul dalam penelitian ini dijelaskan dalam bentuk tabel, diagram, dan grafik terkait dengan deskripsi jawaban responden, sedangkan analisis jawaban responden menggunakan indeks persepsi. (Sugiyono, 2017:149)

3.5.2. Analisis statistik data

Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala Likert, menurut Sugiyono (2012) yaitu suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert sering disebut sebagai *method of summated ratings*, yang berarti nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan itu dijumlahkan sehingga mencapai nilai total.

Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2

5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
---	---------------------------	---

Sumber : Sugiyono (2012)

Skala likert secara umum menggunakan peringkat lima angka penilaian, yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju (netral), tidak setuju dan sangat tidak setuju.

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Arikunto menyatakan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kendala atau kesalahan suatu alat ukur (Ridwan, 2011:97). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Imam Ghazali (2006) validitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur betul-betul mengukur apa yang perlu diukur. Untuk menguji validitas dari pertanyaan, dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ digunakan rumus koefisien korelasi produk moment dari Karl Pearson. Uji Validitas Instrumen dapat menggunakan rumus korelasi berdasarkan :

Pearson Product Moment

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

Keterangan :

- r = nilai korelasi produk moment
- n = jumlah konsumen/responden
- X = jawaban dari indikator item pertanyaan
- Y = total jawaban dalam satu variabel

Setelah perhitungan dilakukan Adapun Dasar keputusan untuk kevaliditan pernyataan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $-r$ tabel $< r$ hitung $< r$ tabel, maka butir pernyataan tidak valid
- b. Jika $-r$ hitung $< -r$ tabel atau r hitung $> r$ tabel, maka butir pernyataan valid.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama.

Reliabilitas adalah ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator mengindikasikan sebuah konstruk/faktor laten yang umum. Dengan kata lain, alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Jika semua konstruk dalam penelitian mempunyai Cronbach's Coefficient Alpha minimal 0,60 atau lebih, maka jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing konstruk adalah konsisten dan konstruk dapat diandalkan (Ghozali, 2011).

Peneliti dapat mengevaluasi instrumen penelitian berdasarkan perspektif dan teknik yang berbeda, tetapi pertanyaan mendasar untuk mengukur reliabilitas. Untuk pengujian reliabilitas ini penulis menggunakan bantuan program SPSS 20 dengan mengacu pada kaidah Guilford, yaitu :

Tabel 3.3 Tabel Koefisien Korelasi Spearman

Kriteria	Koefisien korelasi
Sangat Reliabe	$1 > 0.8$
Reliabel	$0.6 - 0.8$
Cukup Reliabel	$0.4 - 0.6$
Kurang reliabel	$0.2 - 0.4$
Tidak Reliabel	< 0.2

Sumber : Sugiyono (2012)

Korelasi antar variabel independen dan perhitungan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), dengan kriteria sebagai berikut :

1. Nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas di antara variabel bebas.
2. Nilai Tolerance $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 maka terjadi gejala multikolinieritas di antara variabel bebas.

3.5.2.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2013).

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

1. Jika koefisien determinasi (kd) mendekati nol (0), maka pengaruh independen terhadap variabel dependen lemah.
2. Jika koefisien determinasi (kd) mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien determinasi atau seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen), digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Sugiyono (2012) sebagai berikut :

Tabel 3.4 Tabel Koefesien Determinasi dan Taksirannya

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012)

Koefisien determinasi adalah data untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y. nilai R^2 adalah nilai nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan.

1. Analisis koefisien determinasi simultan

Untuk melihat seberapa besar pengaruh X_1 dan X_2 (variabel independen) terhadap variabel (dependen), biasanya dinyatakan dalam bentuk persen (%). Rumus koefisien determinasi simultan sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = kuadrat dari koefisien ganda

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial merupakan analisis yang digunakan untuk menentukan besaran pengaruh salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu :

$$Kd = B \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

B = Beta (*nilai standardized coefficients*)

Zero Order = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap Y lemah

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap Y kuat

3.5.2.4. Pengujian Hipotesis

1. Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:

1. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
2. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

b. Dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut:

a) Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:

1. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
2. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

b) Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.