

BAB III PROSEDUR PENELITIAN

3.1. Strategi Dan Metoda Penelitian

Strategi yang diterapkan dalam hasil penelitian ini adalah dengan strategi asosiatif yaitu suatu penelitian yang berusaha untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Dimana tujuan penelitian ini adalah untuk memberi penjelasan apakah terdapat hubungan antara variabel X (variabel independen) yang terdiri dari kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan pemilihan lokasi (X_3) dengan variabel Y (variabel dependen), yaitu keputusan pembelian (Y) di Depo Air Minum Isi Ulang Merek Air Biru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu dengan mendatangi objek yang bersangkutan untuk mendapatkan data yang diperlukan. Dengan metode pengambilan sampel pada suatu populasi dan menggunakan pernyataan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dengan menggunakan pendekatan korelasional.

Menurut Sugiyono (2015:16) metode penelitian merupakan cara hasil uji untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan metode gunanya untuk mencapai hasil yang diinginkan yaitu ada atau tidaknya hubungan antara kualitas produk, harga dan pemilihan lokasi dengan keputusan pembelian pada Air Minum Isi Ulang Merek Air Biru.

3.2. Populasi Dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi penelitian

Menurut Sugiyono (2013:148) populasi adalah sekumpulan individu yang terdiri atas obyek atau subjek yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam hasil uji ini adalah seluruh konsumen pada Depo Air Minum Isi Ulang Merek Air Biru di Kota Bekasi yang jumlah pastinya tidak diketahui.

3.2.2. Sampel penelitian

Menurut Sugiyono (2015:127) sampel penelitian adalah bagian dari suatu jumlah yang dimiliki oleh populasi yang terpilih. Sampel dilakukan jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Oleh karena populasi berukuran besar dan tidak diketahui, maka jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Moe sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4 (\text{Moe})^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%
(maka $z = 1,96$ dan $\alpha = 5\%$)

Moe = *Margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi dan ditetntukan 10%

Perhitungan:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2}{4 (0,1)^2} \\ &= 96,04 \text{ atau } 97 \text{ (dijadikan } 100) \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini dijadikan 100 responden. Karena jika jumlah populasi yang terwakili semakin banyak sehingga kekuatan statistik semakin baik.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* artinya responden (subjek) dipilih secara sengaja atau khusus dengan pertimbangan tertentu berdasarkan ciri-ciri yang dipandang mempunyai hubungan yang erat dengan kriteria yang diinginkan. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang memutuskan membeli Air Minum Isi Ulang Merek Air Biru

dengan kriteria usia minimal 17 tahun. Dengan usia yang sudah dewasa diharapkan responden sudah dapat penilaian secara objektif mengenai pernyataan dalam kuesioner yang berkaitan dengan variabel penelitian.

3.3. Metoda Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan dalam mengumpulkan data penelitian ini ada dua, sebagai berikut:

1. Riset Pustaka

Penelitian ini untuk memperoleh beberapa data sekunder yang diperlukan dengan peneliti mempelajari beberapa teori yang ada pada buku-buku perpustakaan maupun dari beberapa sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan judul yang diteliti.

2. Riset Lapangan

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian, melalui, cara-cara sebagai berikut:

(a) Observasi

Suatu metode atau cara-cara yang menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.

(b) Kuesioner

Suatu metode dalam teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan tertulis kepada responden untuk dimintai jawabannya.

3.4. Operasional Variabel

Menurut Sugiyono dalam Ernawati (2015:117) mengatakan bahwa operasional variabel yaitu segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan peneliti untuk mempelajari sehingga memperoleh informasi dalam hal tersebut, lalu kemudian ditarik kesimpulannya. Berikut ini adalah tabel

yang menjelaskan pada indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1. Indikator Variabel Kualitas Produk, Harga, Pemilihan Lokasi dan Keputusan Pembelian

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	NO. ITEM
Kualitas Produk (X ₁) Gaspersz dalam Alma (2012)	Ciri-ciri produk	Tingkat keragaman produk	1
	Kinerja	Tingkat mutu produk	2
	Ketepatan dan kesesuaian	Tingkat kelayakan konsumsi produk	3
	Daya tahan	Tingkat ketahanan produk	4
	Keandalan	Tingkat Kerusakan produk	5
	Gaya	Tingkat daya penampilan produk	6
	Desain	Tingkat keistimewaan produk	7
Harga (X ₂) Mursid (2015)	Keterjangkauan harga	Harga memiliki kualitas dan daya saing dengan perusahaan sejenis	8
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kesesuaian harga dengan kualitas produk yang diberikan	9
	Daya saing harga	Harga lebih murah dengan kompotitor lain	10
Pemilihan Lokasi (X ₃) Aprih Santoso dan Sri Yuni Widowati dalam Gugun (2015)	Keterjangkauan lokasi	Lokasi mudah di jangkau	11
		Lokasi dapat dilihat dari jarak pandangan normal	12
	Kelancaran akses menuju lokasi	Lokasi mudah dijangkau sarana transportasi umum	13
	Kedekatan lokasi	Lokasi sangat strategis	14
Lokasi berdekatan dengan lalu lintas		15	
Keputusan Pembelian (Y) Akbar dan Nazir (2015)	Yakin dalam membeli	Tingkat kepuasan konsumen	16
	Mencari informasi lebih lanjut lagi	Tingkat mencari informasi sebelum membeli produk	17
	Merencanakan sebelum pembelian	Tingkat keunggulan produk	18
	Sesuai keinginan	Tingkat produk sesuai harapan	19
	Melakukan pembelian ulang	Tingkat pembelian produk	20

Sumber : Gaspersz dalam Alma (2012), Mursid (2015), Aprih Santoso dan Sri Yuni Widowati dalam Gugun (2015), Akbar dan Nazir (2015)

3.5. Metoda Analisis data

Setiap pernyataan dari indikator yang dibuat dalam kuesioner pada penelitian ini menggunakan metode skala *likert*. Menurut Djaali (2015:28) skala *likert* adalah skala ini dapat digunakan untuk mengukur suatu pendapat dengan persepsi sekelompok orang yang mengetahui dari fenomena atau gejala dalam pendidikan. Skala *likert* itu dapat memberikan hasil skor pada masing-masing jawaban pertanyaan yang sesuai tabel 3.1. berikut:

Tabel 3.2. Pemberian Skor Pada Jawaban Kuesioner

Pertanyaan	Pernyataan	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Sumber : Sugiyono(2013)

Jika hasil skor jawaban sudah didapatkan dari nilai-nilai yang sudah ditetapkan sehingga hasil jawaban dapat diproses lalu diolah dengan menggunakan perhitungan uji statistik dalam bentuk analisa sebagai alat ukur. Kemudian peneliti menggunakan perhitungan statistika inferensial atau dengan menganalisis sampel yang sudah dilakukan pada populasi yang jelas.

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat ukur yang dianggap valid apabila tingkat ketelitian dan ketepatan pengukuran dapat diandalkan, dan digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan.

Menurut Arikunto (2016:211) uji validitas adalah suatu alat ukur yang menunjukkan valid berarti memiliki validitas yang tinggi dan kuat. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah Product Moment dari Karl Person, sebagai berikut:

Person Product Moment (Sanusi, 2014):

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan:

- r = Nilai korelasi product moment
- n = Jumlah konsumen responden
- X = Jawaban dari indikator item pertanyaan
- Y = Total jawaban dalam satu variabel

Syarat kevaliditasan suatu item adalah apabila r hitung > r tabel pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka instrumen itu dianggap valid dan jika r hitung < r tabel maka instrumen dianggap tidak valid. Setelah perhitungan dilakukan adapun dasar keputusan untuk kevaliditan pernyataan adalah sebagai berikut:

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

3.5.2. Uji reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrumen memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat keandalannya dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Lebih lanjutnya Sugiyono (2012:255) menyatakan, bahwa instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai

Cronbach Alpha sebesar 0,6 atau lebih. Dalam penelitian ini memilih 0,6 sebagai koefisien reliabilitas.

Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,6$ maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel.

Tabel 3.3. Tabel Koefisien Korelasi Spearman

Kriteria	Koefisien Korelasi
Sangat Reliabel	> 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 (2012:255)

3.6. Analisis Statistik Data

Analisis statistik data dilakukan dengan tujuan untuk menghitung data yang telah diperoleh dalam penelitian ini yaitu dari hasil survei melalui kuesioner, yang akan dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden, menstabilasi, menyiapkan data tiap variabel yang diteliti dan setelah itu melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis koefisien korelasi dan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.

3.6.1. Analisis Koefisien Korelasi Parsial

Menurut Sugiyono (2014:5) Analisis ini dapat digunakan dalam suatu penelitian apabila penelitian tersebut terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Pengukuran koefisien ini dilakukan dengan menggunakan koefisien pearson correlation product moment, untuk menguji hubungan asosiatif atau hubungan bila datanya berbentuk interval atau rasio.

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

$$r_{Y1.23} = \frac{r_{Y1} - r_{Y2} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123}}{\sqrt{(1 - (r_{Y2})^2) \cdot (r_{Y3})^2) (1 - (r_{123})^2)}} \dots\dots\dots (3.3)$$

(b) Korelasi parsial X_2 dengan Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$r_{Y2.13} = \frac{r_{Y2} - r_{Y1} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123}}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (r_{Y3})^2) (1 - (r_{123})^2)}} \dots\dots\dots (3.4)$$

(c) Korelasi parsial X_3 dengan Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$r_{Y3.12} = \frac{r_{Y3} - r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{123}}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (r_{Y2})^2) (1 - (r_{123})^2)}} \dots\dots\dots (3.5)$$

Keterangan :

r_{y1} = Koefisien kolerasi sederhana antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.

$$= \frac{\sum x1i yi}{\sqrt{x1i^2} \sqrt{\sum yi^2}} \dots\dots\dots (3.6)$$

r_{y2} = Koefisien kolerasi sederhana antara harga dengan keputusan pembelian.

$$= \frac{\sum x_{2i} y_i}{\sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}} \dots\dots\dots (3.7)$$

r_{y3} = Koefisien kolerasi sederhana antara pemilihan lokasi dengan keputusan pembelian.

$$= \frac{\sum x_{3i} y_i}{\sqrt{\sum x_{3i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}} \dots\dots\dots (3.8)$$

r_{y123} = Koefisien kolerasi sederhana antara kualitas produk, harga dan pemilihan lokasi dengan keputusan pembelian.

$$= \frac{\sum x_{1i} x_{2i} x_{3i}}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum x_{3i}^2}} \dots\dots\dots (3.9)$$

Keterangan :

R = koefisien korelasi

x_{1i} = Selisih skor variabel kualitas produk butir i (X_{1i}) dengan rata-rata skor variabel kualitas produk (X_1).

X_{2i} = Selisih skor variabel harga butir i (X_{2i}) dengan rata-rata skor variabel harga (X_2).

X_{3i} = Selisih skor variabel pemilihan lokasi butir i (X_{3i}) dengan rata-rata skor variabel pemilihan lokasi (X_3).

Y_i = Selisih skor variabel keputusan pembelian butir i (Y_i) dengan rata-rata skor variabel keputusan pembelian (Y).

$$X_1 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{1i}$$

= Rata-rata skor variabel kualitas produk (X_1).

$$X_2 = \frac{-1}{n} \sum_{i=1}^n X_{2i} \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{2i}$$

= Rata-rata skor variabel harga (X_2).

$$X_3 = \frac{-1}{n} \sum_{i=1}^n X_{3i} \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{3i}$$

= Rata-rata skor variabel pemilihan lokasi (X_3).

$$Y_1 = \frac{-1}{n} \sum_{i=1}^n Y_{1i} \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n Y_{1i}$$

= Rata-rata skor variabel keputusan pembelian (Y).

3.6.2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara kualitas produk, harga dan pemilihan lokasi dengan keputusan pembelian secara simultan. Analisis korelasi simultan digunakan untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara seluruh variabel independen dengan variabel dependen. Korelasi koefisien tersebut dapat diketahui dengan rumus:

r_{Y123} = Korelasi berganda X_1 , X_2 dan X_3 dengan Y .

$$= \sqrt{\frac{(r_{Y1})^2 + (r_{Y2})^2 + (r_{Y3})^2 - 2(r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{Y3})}{1 - (r_{123})^2}} \dots\dots\dots (3.9)$$

Keterangan:

r_{Y123} = Korelasi antara variabel X_1 , X_2 , X_3 secara bersama-sama dengan variabel Y .

r_{Y1} = Korelasi Product Moment antara X_1 dengan Y .

r_{Y2} = Korelasi Product Moment antara X_2 dengan Y .

r_{Y3} = Korelasi Product Moment antara X_3 dengan Y .

r_{Y123} = Korelasi Product Moment antara X_1 , X_2 , dan X_3 .

Nilai koefisien korelasi berkisar dari -1 sampai 1, interpretasi baginilai koefisien (r) tertentu adalah:

1. Jika r mendekati 1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y bersifat positif dan searah.
2. Jika r mendekati -1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y bersifat negatif dan tidak searah.
3. Jika r mendekati 0, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y tidak terdapat hubungan atau sangat lemah.

Sehingga, jika nilai r mendekati -1 atau 1, maka hubungan antara dua variabel semakin kuat. Sebaliknya jika nilai r semakin jauh dari -1 atau 1 artinya hubungan antara dua variabel semakin lemah.

Tabel 3.4. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	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 (2012:250)

3.6.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis terhadap digunakan untuk mengetahui signifikansi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial maupun simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pengujian hipotesis secara parsial:
 - a. Hubungan Kualitas Produk (X_1) dengan Keputusan Pembelian (Y).
 $H_0: \rho_1 \leq 0$ = (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian).

Ha: $\rho_1 > 0$ = (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian).

b. Hubungan Harga (X_2) dengan Keputusan Pembelian (Y).

Ho: $\rho_2 \leq 0$ = (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian).

Ha: $\rho_2 > 0$ = (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian).

c. Hubungan Pemilihan lokasi (X_3) dengan Keputusan Pembelian (Y).

Ho: $\rho_3 \leq 0$ = (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pemilihan lokasi dengan keputusan pembelian).

Ha: $\rho_3 > 0$ = (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pemilihan lokasi dengan keputusan pembelian).

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

H₀: Ditolak/H_a diterima jika P-value $< 0,05$.

H₀: Diterima/H_a ditolak jika P-value $\geq 0,05$.

2. Pengujian hipotesis secara simultan:

a. Ho: $\rho_1\rho_2\rho_3 \leq 0$ = (Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk, harga dan pemilihan lokasi dengan keputusan pembelian).

b. Ha: $\rho_1\rho_2\rho_3 > 0$ = (Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk, harga dan pemilihan lokasi dengan keputusan pembelian).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan digunakan nilai *significance* F dibandingkan dengan dengan kriteria:

H_0 : Ditolak/ H_a diterima jika *significance* F < 0,05.

H_0 : Diterima/ H_a diterima jika *significance* F \geq 0,05.