

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan survey karena untuk memperoleh informasi dan data peneliti harus berkomunikasi atau menanyakan pendapat responden konsumen yang berbelanja pada pasar tradisional pulogadung atas pernyataan yang tercantum dalam kuesioner. Selain itu survey juga dilakukan untuk melengkapi informasi terkait dengan variabel variabel yang diteliti. Jawaban data yang di peroleh dari survey ini kemudian di olah dengan pendekatan kuantitatif, kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menggambarkan hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:15). Diharapkan hasil kajian kuantitatif dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam bentuk asosiatif antar variabel dalam penelitian. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas/eksogen dan variabel terikat/endogen (Sugiyono, 2018:51)

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:130). Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Pasar Pulogadung dan Konsumen disekitar Pasar Pulogadung yang sering berbelanja di sana.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sugiyono (2018:131) menyatakan sampel dalam suatu penelitian merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Accidental Sampling* yang artinya memilih pengunjung yang kebetulan berkunjung dan berbelanja di Pasar Pulogadung. Membahas masalah ukuran sampel, mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui, maka untuk menentukan jumlah responden peneliti menggunakan rumus *Margin Of Error*, sebagai berikut :

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

Keterangan =

n : Jumlah sampel

Z : Tingkat keyakinan tertentu

Moe sampel : Tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel

Dengan menggunakan rumus diatas , jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

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

$n = \underline{96,04}$ jika dalam pembulatan, maka 96,04 dibulatkan menjadi 97.

Dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 97 orang responden yang berbelanja di Pasar Pulo Gadung.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui survey. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti yang menjadi sumber primer data atau sumber langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2018:213). Data primer yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, kuesioner adalah teknik

pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertutup atau terbuka, lalu peneliti dapat memberikan kepada responden secara yang dikirimkan secara *online* melalui media internet. Dengan adanya kontak langsung antara penelitian dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data yang obyektif dan cepat. (Sugiyono, 2018:219). Pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada responden, meliputi usia, jenis kelamin, profesi, pendapatan perbulan, dan tanggapan berupa kuesioner kepada konsumen mengenai keputusannya berbelanja di Pasar Pulogadung, yang dipengaruhi melalui kualitas produk, harga dan lokasi dari Pasar Pulogadung

Pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala *liker*, skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi di indikator variable, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berubah pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi yang sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata berikut Sugiono (2018:152) :

Tabel 3.1. Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

No.	Pernyataan	Kode	Penilaian
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Ragu-Ragu	RR	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

3.4 Operasional Variabel

Sugiyono (2018:55) menyatakan variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya Adapun operasional variabel dalam penelitian ini meliputi :

1. Kualitas produk adalah kualitas barang yang didagangkan sebanding dengan pasar lain, harga yang ditawarkan sesuai, produk yang beraneka ragam, produk pada pasar pulogadung memenuhi kriteria jual.
2. Harga adalah jumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan suatu produk/ barang dagangan saat berbelanja di pasar pulogadung dengan harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan kualitas produk, terdapat daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat produk.
3. Lokasi adalah tempat kegiatan transaksi jual beli memiliki posisi yang strategis untuk konsumen melakukan kegiatan belanjanya dengan lokasi yang mudah transportasinya, jarak dari rumah ke pasar dekat, lokasi pasar dekat dengan pusat keramaian, waktu tempuh yang dibutuhkan sesuai dengan keinginan konsumen saat akan berbelanja ke pasar pulogadung.
4. Keputusan pembelian sikap konsumen di dalam menentukan suatu keputusan sebelum melakukan pembelian atau tindakan konsumen untuk mencari berbagai alternatif produk yang kemudian harus memutuskan untuk melakukan suatu tindakan pembelian dengan faktor yaitu, mudah dijangkau, kesesuaian dengan kemampuan finansial, tawar menawar dan lokasi yang strategis untuk konsumen saat berbelanja di pasar pulogadung

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Indicator	No	Kode
Kualitas Produk, (Rate, 2015:63)	1. Kualitas dagangan sebanding dengan pasar lain	1	KP1
	2. Sesuai dengan harga yang ditawarkan	2	KP2
	3. Produk yang beraneka ragam	3	KP3

	4. Produk memenuhi kriteria jual	4	KP4
Harga, Kotler (2012:278),	1. Harga yang terjangkau.	1	H1
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	2	H2
	3. Daya saing harga	3	H3
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk	4	H4
Lokasi, Fure (2013:276)	1. Lokasi yang mudah transportasinya	1	L1
	2. Jarak dari rumah ke pasar relatif dekat	2	L2
	3. Lokasi dekat dengan pusat keramaian	3	L3
	4. Waktu tempuh yang dibutuhkan sesuai	4	L4
	5. Lokasi strategis	5	L5
Keputusan Pembelian, (Rate, 2015:63)	1. Mudah dijangkau	1	KP1
	2. Kesesuaian dengan kemampuan finansial	2	KP2
	3. Tawar menawar	3	KP3
	4. Bervariasi	4	KP4

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah analisis statistic yang memberikan gambaran secara umum tentang mengenai karakteristik masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), minimum dan maximum. Analisis deskriptif adalah statistic 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 (Sugiyono, 2018:147). Analisis ini digunakan dalam menggambarkan demografi responden digunakan untuk mengetahui jumlah responden yang akan dibagi sesuai karakteristik yang telah ditentukan, yaitu

1. Usia
2. Jenis Kelamin
3. Profesi
4. Pendapatan Perbulan

Berdasarkan karakteristik koresponden yang telah ditentukan, selanjutnya deskripsi responden tersebut akan ditampilkan dalam bentuk diagram dan tabel beserta dengan uraian serta penjelasan.

3.5.2. Analisis Statistik Data

Metode analisis statistic dapat dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien korelasi dan koefisien determinasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis (parsial dan simultan).

a. Uji Validitas

Sugiyono, (2018:267) menyatakan uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subjek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas pada setiap pertanyaan apabila r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka instrument itu dianggap tidak valid dan jika r hitung $<$ r tabel maka instrument dianggap tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Joko Widiyanto, (2010:43) uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Data yang tidak reliabel, tidak dapat di proses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias (menimbulkan kesalahan). Suatu alat ukur yang dinilai reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan di uji merupakan pernyataan atau pertanyaan yang sudah valid. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah :

1. Jika nilai *cronbach's alpha* $\alpha > r$ tabel maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai *cronbach's alpha* $\alpha < r$ tabel maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel.

3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda dan Determinasi

3.5.3.1 Koefisien Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013:210), regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksi berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dapat dikatakan regresi linier berganda. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel yang diteliti, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X_1 (Kualitas Produk), X_2 (Harga), X_3 (Lokasi), dan Y (Keputusan Pembelian). Rumus yang digunakan yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = variabel terikat
- a = konstanta
- β = koefisien regresi
- X_1 = Kualitas produk
- X_2 = Harga
- X_3 = Lokasi

3.5.3.2 Koefisien Determinasi

Menurut Supardi (2017) menyatakan koefisien determinasi adalah tingkat variable X terhadap variable Y yang dinyatakan dalam persentase (%). Persentase diperoleh dengan melakukan pengkuadratan koefisien korelasi dikalikan 100%.

Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel – variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang sangat terbatas, nilai yang mendekati 1 (satu) menunjukkan variabel – variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan peneliti untuk memprediksi variasi – variasi dependen. Koefisien determinasi (R^2) dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

KD : Koefisien determinasi

r^2 : koefisien korelasi berganda

3.5.4. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekan. Hipotesis statistik adalah dalam perumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_a) selalu berpasangan, apabila salah satu ditolak, maka yang lain pasti diterima sehingga keputusan yang tegas, yaitu kalau H_0 ditolak dan H_a diterima. Hipotesis statistik dinyatakan simbol simbol (Sugiyono, 2017:87). Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Tahap-tahap dalam pengujian hipotesis ini dimulai dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_a), pemilihan tes statistik, perhitungan nilai statistik dan penetapan nilai statistik dan penetapan tingkat signifikan.

Uji signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan menggunakan uji F dan secara parsial menggunakan uji t. Untuk mengetahui terdapat pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Beberapa tahap pengujian hipotesis diantaranya :

1. Uji Parsial

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah :

- a) Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Pulogadung.

$H_0 : R^2=0$: kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Pulogadung

$H_a : R^2 \neq 0$: kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Pulogadung

- b) Diduga harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Pulogadung

$H_0 : R^2 = 0$: harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Pulogadung

$H_a : R^2 \neq 0$: harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Pulogadung

- c) Diduga lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Pulogadung

$H_0 : R^2 = 0$: lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Pulogadung

$H_a : R^2 \neq 0$: lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Pulogadung

2. Uji Simultan

Uji pengaruh simultan (F test) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersamaan atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Apabila hipotesis penelitian tersebut dinyatakan kedalam hipotesis adalah :

- a. Menentukan Hipotesis

Ho : $R^2 \text{ adj.} = 0$: kualitas produk, harga dan lokasi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Pulogadung.

Ha : $R^2 \text{ adj.} \neq 0$: kualitas produk, harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Pulogadung.

b. Kriteria uji F yang digunakan sebagai berikut :

a) Ho ditolak : $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$.

b) Ho diterima : $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$.

Atau

a) Ho ditolak : $\text{sig} < \alpha$

b) Ho diterima : $\text{sig} > \alpha$