

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *field research*, yaitu suatu penelitian dimana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mencari data-data dan berbagai informasi yang dibutuhkan.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini yang akan diamati adalah pengaruh kelengkapan produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Toko AND1 SPORT Kudus.

Sedangkan pendekatan pada penelitian ini berjenis kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika.<sup>2</sup> Penelitian kuantitatif menggunakan metode perhitungan statistik untuk memudahkan dalam menghitung data-data dari pengaruh kelengkapan produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Toko AND1 SPORT Kudus.

#### B. Sumber Data

Sumber data penelitian adalah salah satu yang paling vital dalam penelitian. Kesalahan dalam menggunakan atau memahami sumber data, maka data yang diperoleh juga akan meleset dari yang diharapkan.<sup>3</sup>

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber obyek sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>4</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban para responden terhadap angket (kuesioner) yang disebarakan oleh peneliti.

---

<sup>1</sup> Hadari Nawaei dan Mini Martini, *Penelitian Terapan*, (Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2005), 24

<sup>2</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2001), 05

<sup>3</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, (Fajar Interpratama, Jakarta, 2013), 129

<sup>4</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 91

Adapun responden yang menjawab angket adalah konsumen yang pernah membeli di Toko AND1 SPORT Kudus atau pelanggan dari Toko AND1 SPORT Kudus.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya.<sup>5</sup> Atau data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu.<sup>6</sup>

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah penelitian yang hasilnya dapat digeneralisasikan tentunya memiliki perjalanan proses pengambilan sampel yang proposional sehingga kesimpulannya dapat digeneralisasikan. Siapa saja yang akan diteliti dan berapa banyaknya (populasi), dan siapa saja yang menjadi sasaran langsung pengumpulan data (sampel atau responden).<sup>7</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang berbelanja di Toko AND1 SPORT Kudus, oleh karena itu populasi ini merupakan populasi tak terbatas karena tidak dapat diketahui secara pasti jumlah sebenarnya dari konsumen yang datang berbelanja ke Toko AND1 SPORT Kudus. Namun dilihat dari data pengunjung yang melakukan pembelian berdasarkan nota penjualan pada Toko AND1 SPORT Kudus diketahui bahwa setiap bulannya rata-rata sebanyak 487 pengunjung yang datang.

---

<sup>5</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 91

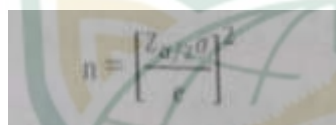
<sup>6</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistic*, (PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2004),19

<sup>7</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Remaja Rosdakarya, Bandung, 2013), 137

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pencarian responden dilakukan berdasar *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden).<sup>8</sup>

Jumlah sampel dipilih menggunakan rumus:<sup>9</sup>



$$n = \frac{(Z_{\alpha/2} \sigma)^2}{e^2}$$

Dimana:

n : jumlah sampel

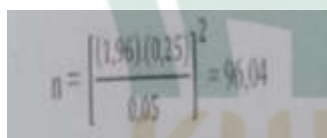
Z : variabel normal/tingkat kepercayaan

$\sigma$  : standart deviasi

e : kesalahan maksimum yang masih dapat diterima

$\alpha$  : taraf signifikansi

Peneliti menginginkan tingkat kepercayaan sebesar 95% dan error estimasi  $\mu$  kurang dari 0,05, karena  $\alpha = 0,05$ , maka  $Z_{0,05} = 1,96$



$$n = \frac{((1,96)(0,25))^2}{0,05^2} = 96,04$$

Jadi, berdasarkan perhitungan sampel yang diambil, yaitu sebesar 96 sampel dari konsumen Toko AND1 SPORT Kudus.

### D. Tata Variabel Penelitian

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.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Riduwan dan Akdon, *Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statistika*, (Alfabeta, Bandung, 2006), 247

<sup>9</sup> Riduwan dan Akdon, *Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statistika*, 255

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Alfabeta, Bandung, 2004), 72

Macam-macam variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen : variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kelengkapan produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3)
2. Variabel dependen : variabel ini sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>11</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

#### E. Definisi Operasional

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Pengukuran
Kelengkapan Produk (X1), rujukan dari jurnal Armin Wakidah, tahun 2011	Kelengkapan produk adalah meliputi keragaman barang yang dijual di pasar dan ketersediaan barang-barang	a. Jenis produk	1. ketersediaan kelengkapan jenis produk. 2. Berbagai macam merek yang tersedia.	Skala, Likerti
		b. keluasan	1. keragaman jenis produk	

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. 33

	tersebut di toko.		pelengkap dan jenis produk utama yang ditawarkan.	
		c. kedalaman	1. kelengkapan variasi produk, dimana ada macam-macam ukuran, warna dan karakteristik lain.	
		d. konsistensi	1. produk yang ditawarkan berkualitas. 2. Mampu menjaga kelengkapan dan harga produk yang ditawarkan.	
		e. keseimbangan	1. produk yang ditawarkan merupakan	

			kebutuhan sehari-hari. 2. Barang yang dijual sesuai dengan keadaan pasar.	
Harga (X2), rujukan dari buku Sunardi dan Anita yang berjudul Pengantar Bisnis : Konsep, Strategi, Dan Kasus tahun 2015	Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa	a. <i>Price lining</i>	1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 2. Keterjangkauan harga	Skala, Likert
		b. <i>Psychological Pricing</i>	1. Promosi 2. Daya saing harga	
Lokasi (X3), rujukan dari	Lokasi merupakan salah satu faktor strategis usaha bisnis yang penting.	<i>Factor Rating Method</i>	1. Keterjangkauan lokasi 2. Kelancaran akses menuju lokasi 3. Kedekatan lokasi 4. Alur lalu lintas yang	Skala, Likert

			melewati lokasi tersebut dan aksesibilitas menuju lokasi tersebut	
			5. Karakteristik dari lokasi	
			6. Biaya yang terkait dengan pemilihan lokasi	
Keputusan Pembelian (Y), rujukan dari buku Philip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran tahun 2000.	Keputusan pembelian yaitu suatu tahapan proses keputusan pembelian dimana konsumen pada akhirnya membeli suatu produk atas pemenuhan	a. Pengenalan Kebutuhan	1. Produk sesuai dengan kebutuhan	Skala, Likert
		b. Pencarian informasi	1. Saran dan opini dari orang lain	
		c. Evaluasi alternatif	1. Mengumpulkan	
			2. Produk selalu baru	
			2. Pengalaman belanja teman atau keluarga	
			1. Mengumpulkan	

	kebutuhan dan keinginan.		informasi lebih banyak
		d. Keputusan pembelian	1. Harga sesuai kualitas produk
		e. Perilaku pasca pembelian	1. Memutuskan untuk melakukan pembelian berulang karena puas. 2. Merekomendasikan orang lain untuk melakukan pembelian.

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data adalah bagian instrument pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Kesalahan penggunaan metode pengumpulan data atau metode pengumpulan data yang tidak digunakan semestinya akan berakibat fatal terhadap hasil-hasil penelitian yang dilakukan.<sup>12</sup> Pada penelitian ini metode yang digunakan yaitu :

1. Observasi

<sup>12</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif (Edisi Kedua)*, (Kencana Prenada Media Grup, Jakarta, 2014), 133

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit.<sup>13</sup> Oleh karena itu, observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian. Pada penelitian yang saya lakukan menggunakan observasi langsung. Observasi langsung adalah pengamatan yang dilakukan terhadap objek ditempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa, sehingga observer berada pada objek yang diteliti.<sup>14</sup>

## 2. Metode Angket (Kuesioner)

Metode angket (kuesioner) berbentuk rangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan,<sup>15</sup> kemudian dikirim kepada responden untuk diisi. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Tipe pertanyaan dalam angket penelitian ini menggunakan tipe pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternative jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia.<sup>16</sup>

Dalam metode angket atau kuesioner ini disusun dengan skala likert (*likert scale*). Untuk mendapatkan data yang bersifat seobyektif, maka masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan yang diberikan skor sebagai berikut:

---

<sup>13</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 142

<sup>14</sup> Moh. Pabundu, *Metodologi Riset Bisnis*, (Bumi Aksara, Jakarta, 2006), 58

<sup>15</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 130

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 135-136

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

NO.	KATEGORI	BOBOT/SKOR
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

### G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala. Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total). Perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor item total. Dari hasil perhitungan korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Jumlah butir pertanyaan dalam suatu variabel dikatakan valid apabila nilai  $r$ -hitung yang merupakan nilai dari Corrected Item-Total Correlation  $>$  dari  $r$ -tabel dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk yang digunakan untuk mencari nilai  $r$  tabel.<sup>17</sup>

#### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (keandalan) merupakan suatu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabilitas jika memiliki nilai Cronbach's Alpha  $>$  0.60.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, (MediaKom, Yogyakarta, 2010), 90

<sup>18</sup> Masrukhin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, (Media Ilmu Press, Kudus, 2008), 15

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang antar nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10.<sup>19</sup>

### 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model regresi. Jika terjadi korelasi maka terdapat problem autokorelasi. Suatu pengamatan yang baik tidak terjadi adanya masalah autokorelasi.<sup>20</sup>

Model pengujian menggunakan uji *Durbin-Watson* (uji Dw) dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>21</sup>

**Tabel 3.3**

#### **Kriteria Autokorelasi**

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < 4 - dl$

<sup>19</sup> Imam Ghozali, *APlikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (BP Undip Semarang, 2008), 91-92

<sup>20</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, 87

<sup>21</sup> Imam Ghozali, *APlikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 96

Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada korelasi positif	No decision	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengkasji data variabel bebas (X) dan data variabel (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, yaitu berdistribusi normal dan berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik apabila mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sekali. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.
- b. Dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.<sup>22</sup>

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 160

sesungguhnya) yang telah di-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas* dalam suatu model regresi.<sup>23</sup>

### I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menguji dan menganalisis pengaruh kelengkapan produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Toko AND1 SPORT Kudus. Adapun urutan analisis data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

#### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan secara positif atau negatif.<sup>24</sup> Pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kelengkapan produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). adapun persamaan regresi linier berganda dapat dicari dengan rumus :

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

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi kelengkapan produk dengan keputusan pembelian

b2 = Koefisien regresi harga dengan keputusan pembelian

b3 = Koefisien regresi lokasi dengan keputusan pembelian

X1 = Kelengkapan produk

X2 = Harga

X3 = Lokasi

e = Faktor eror/faktor lain di luar penelitian

#### 2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial

<sup>23</sup> Imam Ghozali, *APlikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 105

<sup>24</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, 61

Uji-T (parsial) digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara T hitung dan T table dengan ketentuan:

- 1) Nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ ,  $H_2$  dan  $H_3$  atau dapat diartikan bahwa kelengkapan produk, harga, dan lokasi secara parsial atau individual mempengaruhi keputusan pembelian.
- 2) Nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, berarti menerima  $H_0$  dan menolak  $H_1$ ,  $H_2$ , dan  $H_3$  atau dapat diartikan bahwa kelengkapan produk, harga, dan lokasi secara parsial atau individual tidak mempengaruhi keputusan pembelian.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, 68