

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>1</sup> Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test wawancara terstruktur dan sebagainya.<sup>2</sup>

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>3</sup>

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>4</sup> Adapun yang dijadikan populasi dari penelitian ini adalah konsumen/pelanggan Swalayan RAMA 88 yang berjumlah 132 konsumen setiap harinya.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 2.

<sup>2</sup> Sugiyono, 6.

<sup>3</sup> Sugiyono, 8.

<sup>4</sup> Sugiyono, 80.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 81.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, dengan menggunakan teknik *sampling purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu khusus konsumen yang berbelanja di RAMA Swalayan.

Penentuan besarnya atau ukuran sampel menggunakan teknik *non probability sampling* yang ditentukan dengan pendekatan Slovin sebagai berikut:<sup>6</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi dan

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 5%.

Bila angka-angka itu dimasukkan dalam rumus maka akan dapat mewakili sampel yang ada. Besarnya sampel konsumen yang berbelanja di RAMA Swalayan adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{132}{1 + 132(0.05)^2} \\ &= \frac{132}{1 + 0.3375} = \frac{132}{1.3375} = 99,24 \end{aligned}$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden yaitu konsumen yang berbelanja di RAMA Swalayan. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.<sup>7</sup>

### C. Identifikasi Variabel

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 kesimpulan.<sup>8</sup> Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau

<sup>6</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 227.

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), 118.

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 38.

satu obyek dengan obyek yang lain. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi :

1. *Variabel independen*: variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).
2. *Variabel dependen*: sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>9</sup>

Variabel *Independen* pada penelitian ini adalah faktor keragaman produk (X1), dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

#### D. Variabel Operasional

Dalam penelitian ini, variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

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

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Faktor keragaman produk (X1)	Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.	Keragaman barang/produk.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keragaman produk yang dijual.</li> <li>2. Variasi produk yang dijual.</li> <li>3. Ketersediaan barang yang dijual.</li> <li>4. Macam-macam merek yang tersedia.<sup>10</sup></li> </ol>	<i>Likert</i>

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 39.

<sup>10</sup> Rosa Lemana, “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko H. Uding Cisauk Tangerang)”, *Jurnal Pemasaran Kompetitif* Vol. 1 No.1 Oktober (2017): 8.

<p>Faktor kualitas pelayanan (X2)</p>	<p>Kualitas layanan adalah Perbandingan antara harapan pelanggan tentang segala keunggulan ataupun keistimewaan dari jasa dengan apa yang telah diterima oleh pelanggan.</p>	<p>Kualitas pelayanan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan (<i>Reliability</i>)</li> <li>2. Tanggapan (<i>Responsiveness</i>)</li> <li>3. Jaminan (<i>Assurance</i>)</li> <li>4. Perhatian (<i>Emphaty</i>)</li> <li>5. Bukti nyata/ fisik (<i>Tangibles</i>)<sup>11</sup></li> </ol>	<p><i>Likert</i></p>
<p>Keputusan pembelian (Y)</p>	<p>Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian,</p>	<p>Faktor keputusan</p>	<p>Kebutuhan yang dirasakan.<sup>13</sup></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan produk</li> <li>2. Pilihan merk</li> <li>3. Pilihan toko</li> <li>4. Pilihan waktu</li> <li>5. Pilihan jumlah</li> </ol>	<p><i>Likert</i></p>

<sup>11</sup> Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2013), 8-9.

	dan perilaku setelah pembelian. <sup>12</sup>			
--	---	--	--	--

**E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya:

**1. Kuesioner (Angket)**

Sering pula metode angket disebut sebagai metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden, setelah diisi angket dikirim kembali atau dikembalikan kepetugas atau peneliti.<sup>14</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon konsumen RAMA Swalayan mengenai faktor kualitas pelayanan dan kelengkapan barang terhadap keputusan pembelian. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala *likert* (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subjektif dan diberikan skor.

**Tabel 3.2**  
**Scoring Kuesioner**

Jawaban	Skor atau Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

**2. Observasi**

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Dapat dikatakan bahwa observasi merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra

<sup>13</sup> Rosa Lemana, “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko H. Uding Cisauk Tangerang)”, *Jurnal Pemasaran Kompetitif* Vol. 1 No.1 Oktober (2017): 8.

<sup>12</sup> Dedy Ansari Harahap, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usu (Pajus) Medan”, *Jurnal Keuangan dan Bisnis* Vol. 7 , No. 3, November (2015).

<sup>14</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2015), 133.

mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi langsung pada Swalayan RAMA 88.

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

#### a. Uji Validitas

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. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.<sup>16</sup> Sedangkan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen dari masing-masing variabel, maka dengan *degree of freedom* ( $df = n - k$ ), dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah konstruk dengan  $\alpha 0,05$ . Apabila nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- 1) *Repeat measure* atau pengukuran ulang. Disini seseorang akan diberikan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
- 2) *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Pengukuran dilakukan sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen ini dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan statistik Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Dan sebaliknya jika *Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien lebih kecil ( $< 0,60$ ) maka dikatakan tidak reliabel.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Burhan Bungin, 143.

<sup>16</sup> Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Pres, 2014), 175.

<sup>17</sup> Masrukin, 171.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi. Berikut ini macam-macam uji asumsi klasik:

### a. Uji Data Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dapat dilihat dari nilai  $R^2$ , matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan nilai *Tolerance* dan lawannya, dan *Variance Inflation Factor* (VIF).<sup>18</sup>

### b. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu atau time series karena “gangguan” pada seorang individu/ kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individual/ kelompok yang sama pada periode berikutnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang menggunakan titik kritis, yaitu batas bawah (dl) dan batas atas (du). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *Intercept* (konstanta) dalam model regresi, serta tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai DW terletak antara batas atas atau *Upper bound* (du) dan  $(4 - du)$ , maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- 2) Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah atau *Lower Bound* (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti ada autokorelasi positif.

---

<sup>18</sup> Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Pres, 2014), 180.

- 3) Bila nilai DW lebih besar dari (4-dl), maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- 4) Bila nilai DW terletak di antara atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara (4-du) dan (4-dl), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.<sup>19</sup>

#### c. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang bertindak lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.

Uji normalitas pada analisis regresi dan multivariante sebenarnya sangat kompleks, karena dilakukan pada seluruh variabel secara bersama-sama. Namun uji ini bisa dilakukan pada setiap variabel, dengan logika bahwa jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara bersama-sama (*multivariante*) variabel-variabel tersebut juga bisa dianggap memenuhi asumsi normalitas.<sup>20</sup>

#### d. 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. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya kurang dari 0,05. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

---

<sup>19</sup> Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Pres, 2014), 183-184.

<sup>20</sup> Masrukin, 187.

### 3. Analisis Data

#### a. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel Faktor Kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

Y : *keputusan pembelian*

a : Konstanta

b1 : Koefisien regresi variabel kelengkapan produk

b2 : Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

X1 : faktor kelengkapan produk

X2 : faktor kualitas pelayanan

e : Standar eror.

#### b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji signifikansi parameter parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Uji signifikansi parameter individual dilakukan dengan uji statistik t. Kesimpulan yang diambil dengan melihat signifikansi ( $\alpha$ ) dengan kriteria pengujian:

1) Tingkat signifikansi  $\alpha > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

2) Tingkat signifikansi  $\alpha < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.<sup>21</sup>

#### c. Uji F

Digunakan untuk mengetahui sumbangan variabel bebas secara simultan terhadap variabel tergantung, menggunakan uji bersama - sama koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.<sup>22</sup> Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut :

1)  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$  artinya tidak terdapat pengaruh simultan yang nyata antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2)  $H_0 : b_1 = b_2 \neq 0$ , artinya ada pengaruh simultan bermakna antara variabel independen terhadap variabel dependen.

<sup>21</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011), 98-99.

<sup>22</sup> Imam Ghozali, 74.

Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% kemudian dibandingkan dengan t hitung :

- 1) Apabila nilai F hitung  $<$  prob  $\alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila F hitung  $>$  prob  $\alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara simultan mampu memberikan penjelasan terhadap variasi pada variabel tergantungnya, atau dengan kata lain bahwa model analisis yang digunakan adalah sesuai dengan hipotesis.

**d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel dependen.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011), 97.