

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

#### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, karena dalam penelitian ini mendeskripsikan keadaan yang terjadi pada saat sekarang secara sistematis dan faktual dengan tujuan untuk memaparkan serta penyelesaian dari masalah yang diteliti.<sup>1</sup> Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.<sup>2</sup>

#### 2. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan juga 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/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>3</sup>

Dalam penelitian kuantitatif atau positivistik, yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa sesuatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungkan gejala bersifat kasual (sebab akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja.<sup>4</sup> Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.

---

<sup>1</sup>Marzuki, *Metodologi Riset*, Ekonosia, Yogyakarta, 2005, hlm 14

<sup>2</sup>Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Belajar, Yogyakarta, 1997, hlm. 5

<sup>3</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,: Alfabeta, Bandung 2011, hal. 8

<sup>4</sup>Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2010, hlm.

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>5</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Indomaret Undaan diketahui bahwa banyak konsumen yang datang ke minimarket ini untuk berbagai keperluan, namun konsumen yang telah melakukan pembelian selama bulan Januari-Juni 2020 sebanyak 420 orang dengan tingkat kesalahan yang masih bisa ditolerir sebesar 10%.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental sampling* yaitu pengambilan sampel secara aksidental (*accidental*) dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian<sup>7</sup>. Pengambilan sampel dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan

n = Sampel

N = Populasi

e = Margin error

Sehingga perhitungan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{420}{1 + 420(0,1)^2}$$

$$n = 80,7 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi 81 orang}$$

Adapun Sampel dalam penelitian ini sebanyak 81 orang.

---

<sup>5</sup>Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2012, Hlm. 61

<sup>6</sup>*Ibid*, Sugiyono, 2012, Hlm. 62

<sup>7</sup>*Ibid*, Sugiyono, 2012, Hlm. 64

### C. 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>8</sup>

Jadi yang dimaksud dengan variabel penelitian dalam penelitian ini adalah segala sesuatu sebagai objek penelitian yang ditetapkan dan dipelajari sehingga memperoleh informasi untuk menarik kesimpulan. Variabel penelitian dalam penelitian kuantitatif dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Variabel bebas (*independen variable*)

Variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Variabel bebas (X) pada penelitian ini *customer perception*, *price discount* dan *store atmosphere*

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

---

<sup>8</sup> Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2010, hlm..77

D. Definisi Variabel Operasional

Tabel 1.3

Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
1	Keputusan Pembelian	Keputusan sebagai pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternative. Dengan kata lain orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada. <sup>9</sup>	Indikatornya yaitu <sup>10</sup> 1) Motivasi 2) Persepsi 3) Pengetahuan 4) Keyakinan dan Sikap	Skala likert 5 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Setuju

<sup>9</sup> Ristiyanti Prasejito and Johan J.O.I. Ihalaw, *Perilaku Konsumen*, Andi, Yogyakarta, 2004, Hlm. 2

2	<i>Customer Perception</i>	Menurut Widyatun, persepsi adalah proses mental yang terjadi pada diri manusia yang akan menunjukkan bagaimana kita melihat, mendengar, merasakan, memberi, serta meraba disekitar kita. <sup>11</sup>	Indikatornya yaitu <sup>12</sup> 1) Kinerja ( <i>Performance</i> ) 2) Keterandalan ( <i>Reliability</i> ) 3) Fitur Produk ( <i>Feature</i> ) 4) Daya Tahan ( <i>Durability</i> ) 5) Kesesuaian ( <i>Conformance</i> ) 6) Kemampuan Diperbaiki ( <i>Service Ability</i> ) 7) Keindahan Tampilan Produk ( <i>Aesthetic</i> ) 8) Kualitas yang Dirasakan ( <i>Perceived Quality</i> )	Skala likert 5 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Setuju
---	----------------------------	--	--	---

<sup>10</sup> Philip Kotler and Kevin Lane Keller, Alih Bahasa Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Jilid 1, PT. Indeks, 2007, hlm. 145

<sup>11</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, Andi Offset, Yogyakarta 1994, hlm 53

<sup>12</sup> Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*, Kencana, Jakarta, 2005, hlm 67

3	<i>Price Discount</i>	<i>Price discount</i> merupakan penghematan yang ditawarkan pada konsumen dari harga normal akan suatu produk, yang tertera di label atau kemasan produk tersebut. <sup>13</sup>	Indikatornya yaitu 1) Diskon Kuantitas 2) Diskon Musiman 3) Diskon Kas 4) <i>Trade Discount</i> <sup>14</sup>	Skala likert 5 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Setuju
---	-----------------------	--	---	---

<sup>13</sup> Kotler, Philip. 2003. Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia

<sup>14</sup> Tjiptono, Fandy, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta, 2008, hlm 166

4	<i>Store Atmosphere</i>	Menurut Kotler “ <i>Atmosphere</i> (suasana toko) adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli”. <i>Store Atmosphere</i> menyebabkan atau mempengaruhi <sup>15</sup> pembelian	Indikatornya yaitu <sup>16</sup> 1) <i>Exterior</i> 2) <i>Interior</i> 3) <i>Store Layout</i> (penataan toko) 4) <i>Interior Display</i>	Skala likert 5 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Setuju
---	-------------------------	--	--	---

<sup>15</sup>Phillip kotler, *Manajemen Pemasaran*, Buku Kedua, PT. Indeks, Jakarta, 2005, Hlm. 189

<sup>16</sup>Cindy Juwita Dessyana, *Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado*, Jurnal EMBA Vol.1 No.3 Juni 2013, Hlm. 844-852

## E. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian itu terbagi menjadi dua<sup>17</sup>:

### 1. Sumber data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber data utama yang digunakan peneliti untuk mencari data di tempat penelitian yaitu pada Indomaret Undaan. Dalam penelitian ini data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuisoner kepada konsumen Indomaret Undaan.

### 2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain tidak langsung diperoleh oleh Peneliti dari subjek penelitian. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang tersedia. Untuk memperoleh data ini peneliti mengambil sejumlah buku-buku, brosur, website, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini

## F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian, metode yang digunakan adalah dengan kuesioner tertutup. Instrument kuesioner harus diukur validitas dan reabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliable.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum instrumen penelitian digunakan maka terlebih dahulu diadakan uji validitas dan reliabilitas:

---

<sup>17</sup>Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Cet. 22, Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2006. hlm 4

## 1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan analisis faktor, dimana menurut Sugiyono adalah dengan mengkorelasikan antar skor item instrumen dalam satu faktor, dan mengkorelasikan skor faktor dengan skortotal. Adapun kriteria yang harus dipenuhi untuk menilai validitas instrumen tersebut adalah sebagai berikut:<sup>18</sup>

Adapun validitas soal adalah sebagai berikut

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi tiap soal

$N$  = banyak subjek

$\sum x$  = jumlah skor item

$\sum y$  = jumlah skor total

$\sum x^2$  = jumlah kuadrat skor item

$\sum y^2$  = jumlah kuadrat skor total

$\sum xy$  = jumlah perkalian skor item dengan skor total

Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan dinyatakan valid.
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Atau

- 1) Jika  $Sig > 0,05$  maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.
- 2) Jika  $Sig < 0,05$  maka pertanyaan dinyatakan valid.

Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan Software SPSS (*Statistic Package and Social Science*) 16.0 for Windows.

---

<sup>18</sup>Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2010, hlm 172

## 2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengujian Reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan internal *consistency*, dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu.<sup>19</sup>

Suatu kuisioner disebut reliabel atau handal jika jawaban-jawaban seseorang konsisten.<sup>20</sup> Untuk uji reliabilitas instrumen, digunakan rumus Alpha dari *Cronbach*.<sup>21</sup> sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$\alpha$  = reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir

$\sigma_t^2$  = Varian total

Kriteria pengujiannya yaitu:

1. jika nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,600$  maka dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini adalah reliabel/ handal.
2. jika nilai *Cronbach Alpha*  $\leq 0,600$  maka dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini adalah tidak reliabel/ tidak handal.

Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan Software SPSS (*Statistic Package and Social Science*) 16.0 for Windows.

<sup>19</sup>Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2010, hlm 185

<sup>20</sup>Setiaji, Bambang, 2004. *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*. Surakarta: Program Pascasarjana UMS. hlm. 60

<sup>21</sup>Umar Husein, 2005. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Garfindo. hlm. 60

## H. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian asumsi klasik terdiri dari 3 pengujian yaitu normalitas, multikolinieritas dan heterokedastisitas.

Adapun beberapa tahap uji antara lain:

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot. Pada grafik normal plot, dengan asumsi:<sup>22</sup>

- a. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan /atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas.<sup>23</sup>

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.

---

<sup>22</sup>Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. hlm 112

<sup>23</sup>Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. hlm 105

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:<sup>24</sup>

- a. Mempunyai angka *Tolerance* diatas ( $>$ ) 0,1
- b. Mempunyai nilai VIF di di bawah ( $<$ ) 10

### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$ . Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah 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:<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup>Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. hlm 92

<sup>25</sup> Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. hlm. 100

**Tabel 3.1**  
**Autokorelasi**

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No desicison	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	No desicison	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

## I. Analisis Data

### 1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan pengaruh dua atau lebih variabel prediktor (variabel bebas) terhadap satu variabel kriterium (variabel terikat) atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y).<sup>26</sup>

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

Dimana:

a = konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = koefisien regresi

Y = Variabel Keputusan Pembelian

$X_1$  = Variabel *Customer Perception*

$X_2$  = Variabel *Price Discount*

$X_3$  = Variabel *Store Atmosphere*

e = error

### 2. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji-t (Signifikansi Parameter Parsial)

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai

<sup>26</sup>Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. hlm 114

pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara  $T_{hitung}$  dan  $T_{tabel}$  dengan ketentuan:

$T_{hitung} > T_{tabel} = H_0$  ditolak (ada pengaruh)

$T_{hitung} < T_{tabel} = H_0$  diterima (tidak ada pengaruh)

b. Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F.

Kesimpulan diambil dengan melihat  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan:

$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$  ditolak (ada pengaruh)

$F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$  diterima (tidak ada pengaruh)

c. Menghitung Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung semakin besar, hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerapkan variasi variabel tergantung.<sup>27</sup>

Adapun rumus koefisien determinasi yaitu:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi.

$r^2$  = Koefisien korelasi

---

<sup>27</sup>Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. hlm. 44

Dalam penelitian ini, untuk mengolah data digunakan alat bantu SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

