

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Objek/Subjek Penelitian**

Objek penelitian merupakan suatu atribut atau penilaian orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Naraya Swalayan Kecamatan Kasihan.

Menurut Sekaran (2006) subjek didefinisikan sebagai satu dari anggota dalam sampel sebagaimana elemen adalah anggota dari populasi. Sedangkan Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah konsumen atau pembeli yang berbelanja di Naraya Swalayan Kecamatan Kasihan.

#### **B. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Sugiyono (2015) mendefinisikan data primer sebagai data yang diambil dari pihak pertama, penulis mendapatkan hasil data dari kuesioner yang dibagikan kepada responden atau pembeli di Naraya Swalayan secara langsung.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang bersifat kuantitatif, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2015) bahwa metode kuantitatif merupakan metode dengan data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik.

### C. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel didefinisikan sebagai proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, serta penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya yang akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Sekaran, 2006).

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang secara umum terbagi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling* (Sekaran, 2006).

Dalam pengambilan sampel cara probabilitas besarnya peluang atau probabilitas elemen populasi untuk terpilih sebagai subjek diketahui. Sedangkan dalam pengambilan sampel dengan cara *nonprobability* besarnya peluang elemen untuk ditentukan sebagai sampel tidak diketahui. Menurut Sekaran (2006) desain pengambilan sampel dengan cara probabilitas jika representasi sampel adalah penting dalam rangka generalisasi lebih luas. Bila waktu atau faktor lainnya, dan masalah generalisasi tidak diperlukan, maka cara *nonprobability* biasanya yang digunakan.

Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* yang didalamnya dilakukan dengan teknik *convenience sampling*. Definisi *Convenience sampling* menurut (Sekaran, 2006) adalah “*Convenience sampling refers to the collection the information from members of population who are conveniently available to provide it*”. Jadi *Convenience sampling* adalah

sebagai kumpulan informasi dari anggota-anggota populasi yang mudah diperoleh dan mampu menyediakan informasi tersebut. Dengan demikian siapa saja yang dapat memberikan informasi baik secara tidak sengaja atau kebetulan bertemu dengan peneliti, dapat digunakan sebagai sampel, bila dilihat orang yang memberikan informasi-informasi tersebut cocok sebagai sumber data (Sekaran, 2006).

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, menurut Sugiyono (2015).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang telah dilengkapi dengan tingkatan jawaban sebagai pilihan responden dalam menjawab pertanyaan. Kuesioner menurut Sekaran (2006) merupakan daftar pertanyaan secara tertulis dan telah dirumuskan sebelumnya dan akan dijawab oleh responden, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. **Skala yang digunakan adalah skala *likert* 5 poin dengan kriteria, yaitu:**

**5 = SS            (Sangat Setuju)**

**4 = S            (Setuju)**

**3 = N            (Netral)**

**2 = TS           (Tidak Setuju)**

**1 = STS        (Sangat Tidak Setuju)**

## E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

**TABEL 3.1.**

Definisi Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel	Devinisi Operasional	Indikator
1.	Produk (X1)	Produk adalah keseluruhan yang ditawarkan kepada konsumen yaitu barang dagangan yang ada dalam gerai (Rumagit, 2013), dalam objek penelitian kali ini yaitu produk yang ada di NARAYA SWALAYAN KECAMATAN KASIHAN.	1. Bentuk Produk 2. Kualitas Produk 3. Manfaat/keistimewaan produk Sumber : Rumagit (2013)
2.	Harga (X2)	Peter & Olson (2014) mendefinisikan harga dari sudut pandang konsumen adalah yang harus diberikan konsumen untuk membeli barang/jasa.	1. Penetapan harga produk 2. Kesesuaian harga dengan kualitas. 3. Harga dibanding pesaing. Sumber : Rumagit (2013).
3 .	Promosi (X3)	Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan peritel untuk mempengaruhi konsumen berbelanja, (Rumagit, 2013) yakni di NARAYA SWALAYAN KECAMATAN KASIHAN	1. Periklanan 2. Pemasaran langsung 3. Promosi penjualan Sumber : Rumagit (2013)
4.	Layanan (X4)	Menurut Rumagit (2013) Layanan adalah sebagai suatu aktivitas yang harus dilakukan peritel, dalam penelitian ini yakni bagaimana pihak Naraya swalayan memberikan layanan yang terbaik kepada konsumennya	1. Kualitas jasa layanan 2. Kemampuan karyawan dalam layanan 3. Keramahan Sumber : Rumagit (2013)

Lanjutan Tabel 3.1.

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
5.	Desain Toko (X5)	Desain & tata letak toko untuk merangsang persepsi dan emosi dari pelanggan yang pada ditujukan untuk mempengaruhi perilaku membeli konsumen (Rumagit, 2013).	1. Desain eksterior 2. Desain interior 3. Tata letak pajangan produk Sumber : Rumagit (2013).
6.	Lokasi Toko (X6)	Lokasi/Tempat meliputi lokasi dan sistem penyampaian jasa yang digunakan dalam memasok produk kepada para pelanggan (Rumagit, 2013).	1. Lokasi 2. Kemudahan akses 3. Sarana Transportasi Sumber : Rumagit (2013).
7.	Suasana Toko (X7)	Suasana toko adalah desain terhadap suatu lingkungan toko melalui komunikasi visual, warna, musik, dan penciuman untuk merangsang persepsi dan emosi dari pelanggan yang pada ditujukan untuk mempengaruhi perilaku membeli konsumen (Rumagit, 2013).	1. Eksterior dan interior 2. Layout 3. Display Sumber : Rumagit (2013).
8.	Keputusan Pembelian (Y)	Keseluruhan tingkah laku / perilaku konsumen yang merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli barang/jasa dalam memenuhi kebutuhan atau keinginannya (Rumagit, 2013).	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Penyalur 4. Jumlah Pembelian 5. Waktu Pembelian 6. Metode Pembayaran Sumber : Keller (2009).

## F. Uji Kualitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. **Jika nilai signifikan yang diperoleh dari setiap indikator < 0,05, maka dinyatakan valid (Ghozali, 2011).**

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana stabilitas dan konsistensi dari alat pengukur yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi.

Dalam penelitian ini, uji keandalan setiap variabel diukur dengan menggunakan *cronbach's alpha*. *Cronbach's alpha* adalah sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu (Hair, 2010). Dan nilai *Cronbach Alpha* dikatakan handal atau dapat diterima apabila nilai ***Cronbach Alpha* > 0,60 (Hair et al, 2010)**

## G. Analisa Data dan Uji Hipotesis

### 1. Analisa Data

#### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat digunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda

untuk menganalisis data yang terdapat lebih dari satu variabel bebas. Penelitian yang memerlukan kajian berbagai macam variabel yang bisa mempengaruhi satu variabel lain, maka pilihan analisis regresi berganda akan bermanfaat (Rahmawati, 2011).

Model regresi linear berganda, sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \beta_7X_7 + e$$

Y = Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Konstanta

X1 = Produk

X2 = Harga

X3 = Promosi

X4 = Layanan

X5 = Desain toko

X6 = Lokasi toko

X7 = Suasana toko

$\beta_1 - \beta_7$  = Koefisien Variabel Bebas X1 – X7

e = *Error Term* (Faktor Pengganggu)

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan menurut Ghozali (2011). Kriteria penentuan uji F adalah tingkat signifikansi 5%. Apabila nilai

signifikansi  $F < \alpha 0,05$  maka terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi variabel independen menurut Ghozali (2011). Hipotesis diterima jika nilai signifikansi  $< \alpha 0,05$  dan koefisien regresi searah dengan hipotesis. Hipotesa dapat diterima apabila standar error lebih kecil dari 0,05 atau 5% dan hipotesa ditolak apabila standar error lebih besar dari 0,05 atau 5%.

c. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2011) Uji koefisien determinan ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh variasi variabel independen mempengaruhi variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang semakin mendekati 1, berarti variabel-variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.