

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang menggabungkan dua variabel atau lebih (Supriyanto, 2015). Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari harga dan kualitas produk. Variabel terikat berupa keputusan pembelian. Berdasarkan penjelasan diatas, diketahui penelitian asosiatif memberikan penjelasan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan melalui pengujian statistika dan hipotesis.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan yang berlokasi di Jalan Yos Sudarso Glugur Kota

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan dalam lima bulan yang dimulai dari Oktober 2015 sampai dengan April 2016. Rincian waktu penelitian disajikan sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pembuat an dan seminar proposal																				
2	Pengum pulan data																				
3	Analisis data																				
4	Penyusu nan skripsi																				
5	Seminar hasil																				
6	Pengajua n sidang meja hijau																				

B. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi adalah himpunan keseluruhan karakteristik dari objek yang diteliti. Pengertian lain dari populasi adalah keseluruhan atau totalitas objek yang dibatasi oleh kriteria tertentu. Ukuran populasi ada yang bersifat terukur (*countable*) dan ada yang tidak terukur atau tidak dapat dihitung (*uncountable*). Populasi biasanya berupa manusia, objek, transaksi, atau kejadian yang menjadi objek penelitian (Sedarmayanti, 2011).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan harian di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan yang berlokasi di Jalan Yos Sudarso Glugur Kota. Jumlah pembeli bulanan rata-rata untuk produk Delfi Hot Cocoa di

Supermarket Maju Bersama Glugur Medan berjumlah 120 orang. Dalam penelitian ini menggunakan populasi sebanyak 120 pelanggan Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2006). Dalam menentukan sampel ada beberapa rumus yang digunakan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus penentuan jumlah sample menurut Slovin, seperti berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d² = tingkat kesalahan (error)

Dalam penelitian ini, ditetapkan batas tingkat kesalahan adalah 5%. Jumlah populasi dalam penelitian adalah 120 orang konsumen Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan. Maka jumlah sample yang diperoleh adalah :

$$n = \frac{120}{(120.(0.05)^2) + 1}$$

$$n = 92.3 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sample menggunakan rumus Slovin adalah sebanyak 92.3 orang. Jumlah tersebut dibulatkan menjadi 92 orang. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*.

Teknik *simple random sampling* adalah cara pengambilan sample secara acak dimana setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sample tanpa memperdulikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Cara tersebut dilakukan karena anggota populasi dianggap homogen atau seragam. Pelaksanaan *simple random sampling* dalam penelitian ini dilakukan terhadap 92 orang konsumen Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan secara acak.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk untuk melaksanakan mengenai cara mengukur variabel. Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari harga dan kualitas produk. Variabel terikat berupa keputusan pembelian. Berikut definisi operasional dari beberapa variabel yang digunakan pada penelitian, yaitu:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Harga (X ₁)	sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, dalam pengertian lebih luas harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa	<ul style="list-style-type: none"> a. Harga terjangkau b. Harga bersaing c. Harga sesuai kualitas d. Harga sesuai manfaat e. Harga sesuai daya beli konsumen 	Likert
Kualitas Produk (X ₂)	Kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan mencapai kepuasan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> a. Kinerja produk b. Daya Tahan produk c. Keistimewaan tambahan d. Estetika e. Kesan kualitas 	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi keinginan dan kebutuhannya	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku paska pembelian 	Likert

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Terdapat beberapa jenis data berdasarkan sifatnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau yang dapat dihitung. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil kuesioner dari responden yaitu konsumen Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.
2. Data Kualitatif, yaitu data yang tidak dapat dihitung berupa kalimat, kata kata, gambar. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah hasil wawancara yang diberikan kepada responden yaitu konsumen Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan

2. Sumber Data

Seluruh data-data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber yang terdiri dari :

1. Data Primer

Data yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui objeknya. Dalam penelitian ini adalah hasil kuesioner dan wawancara langsung dengan konsumen Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dalam bentuk berupa data-data publikasi oleh pihak lain. Data sekunder ini diperoleh melalui studi pustaka, internet, dan literatur.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah diuraikan dalam penelitian untuk mendapatkan data, informasi dan bahan yang diperlukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data melalui bahan bacaan meliputi literatur, buku, majalah dan berbagai bahan bacaan lain yang relevan dan berhubungan dengan judul penelitian.

2. Penelitian Lapangan (*field research*)

Pengumpulan data yang dilakukan secara langsung terhadap objek penelitian atau dengan terjun langsung ke lapangan dengan beberapa teknik yaitu:

a. Pengamatan (*Observation*)

Mengadakan penelitian dengan cara mengamati langsung terhadap unit-unit yang ada hubungannya dengan objek yang diselidiki dan mengadakan pencatatan - pencatatan tanpa ikut berpartisipasi langsung.

b. Wawancara (*Interview*)

Memperoleh data dan informasi yang akurat dengan mengajukan pertanyaan secara langsung ke responden berupa keterangan-keterangan yang erat terkait masalah dalam penelitian.

c. Kuesioner (*Questionnaire*)

Penyebaran daftar pertanyaan kepada responden dengan cara memilih alternative jawaban yang tersedia. Responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai kuesioner ditentukan yaitu:

1. Jawaban “Sangat Setuju” diberi nilai 5
2. Jawaban “Setuju” diberi nilai 4
3. Jawaban “Kurang Setuju” diberi nilai 3
4. Jawaban “Tidak Setuju” diberi 2
5. Jawaban “Sangat tidak setuju” diberi 1

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari beberapa uji yang digunakan, terdiri dari uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien korelasi.

1. Uji Instrumen

Uji instrumen merupakan uji untuk mengetahui layak dan baik tidaknya alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Uji instrument terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, terdiri dari :

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 oleh kuesioner

tersebut (Ghozali, 2009). Metode yang digunakan untuk menguji validitas adalah melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} maka indikator dinyatakan valid dan sebaliknya jika r_{tabel} lebih kecil daripada r_{hitung} maka indikator dinyatakan tidak valid. Pengujian validitas ini dibantu dengan program SPSS. Uji yang digunakan untuk mengetahui layak atau tidaknya alat ukur yang digunakan. Dibawah merupakan rumus mencari nilai validitas setiap instrument.

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden uji coba

X = skor tiap item

Y = skor seluruh item responden uji coba

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 17 dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

b. Uji Reabilitas

Uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi dan kestabilan suatu alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Pengujian dengan menggunakan program SPSS Ver. 17 dengan criteria sebagai berikut:

1. Jika r_a positif atau lebih besar dari r_{tabel} maka pertanyaannya reliable
2. Jika r_a negative atau lebih kecil dari r_{tabel} maka pertanyaannya unreliable

2. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda yaitu melihat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Persyaratan dalam analisis regresi adalah uji asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan, benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, dan gejala normalitas.

Jika terdapat heteroskedastisitas, maka varian tidak konstan sehingga dapat menyebabkan biasnya standar error. Jika terdapat multikolinearitas, maka akan sulit untuk mengisolasi pengaruh-pengaruh individual dari variabel, sehingga tingkat signifikansi koefisien regresi menjadi rendah. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedasitas.

a. Uji normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dapat dilihat dari grafik normal *probability plot*. Apabila variabel berdistribusi normal, maka penyebaran plot akan berada di sekitar dan disepanjang garis 45° .

b. Uji multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah menguji model regresi apakah adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji Multikolinieritas mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lainnya dalam suatu model regresi, atau untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantara sesama variabel independen. Uji Multikolinieritas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,01, dan untuk nilai VIF kurang dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji ini adalah menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari hasil pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Jika nilai signifikan hitung lebih besar dari $\alpha = 5\%$, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas. Tetapi jika Jika nilai signifikan hitung kurang

dari $\alpha = 5\%$, maka ada masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Selain diukur dengan *grafik Scatterplot*, heteroskedastisitas dapat diukur secara sistematis dengan uji Glejser. Jika variabel bebas signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika probabilitas signifikansinya di atas 0,05, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Statistik

Uji statistik yang digunakan adalah regresi linear berganda. Analisis regresi merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel-variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y). Model regresi dinyatakan dalam persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi Harga terhadap keputusan pembelian

b_2 : Koefisien regresi kualitas Produk terhadap keputusan pembelian

X_1 : Harga

X_2 : Kualitas produk

3. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa hipotesis yang menunjukkan dugaan sementara terhadap hasil dari penelitian ini. Untuk menguji hipotesis tersebut, digunakan uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-F).

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, dengan batas toleransi kesalahan (*standart error*) 5% ($\alpha = 0.05$)

Kriteria pengujian :

$$t_{\text{Hitung}} > t_{\text{Tabel}} = H_0 \text{ ditolak}$$

$$t_{\text{Hitung}} < t_{\text{Tabel}} = H_0 \text{ diterima}$$

b. Uji simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, dengan batas toleransi kesalahan (*standart error*) 5% ($\alpha = 0.05$)

Kriteria pengujian :

$$F_{\text{Hitung}} > F_{\text{Tabel}} = H_0 \text{ ditolak}$$

$$F_{\text{Hitung}} < F_{\text{Tabel}} = H_0 \text{ diterima}$$

5. Analisis Korelasi Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi berguna mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel independen. Jika nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel

terikat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model.

Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* (*Adjusted R Square*) pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali, 2009). Untuk variabel bebas lebih dari dua menggunakan *Adjusted R²* (Santoso, 2000). Nilai R pada tabel korelasi berarti berapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk meinterpretasi nilai korelasi (R) dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.3
Intepretasi Korelasi

Nilai Korelasi	Interpretasi
0,00-0,09	diabaikan
0,10-0,29	Rendah
0,30-0,49	Moderat atau cukup
0,50-0,70	Sedang
>0,70	Kuat

Sumber : Yamin (2009:76)