

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen dimana faktornya diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi. Dalam penelitian variabel bebasnya adalah harga kompetitif, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan.

2. Variabel Tergantung (*Dependent Variable*)

Variabel tergantung adalah variabel yang memberikan reaksi/respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Atau dengan kata lain, variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel tergantung pada penelitian ini adalah keputusan pembelian.

3.1.2 Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 1.
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Harga kompetitif (X ₁)	Harga kompetitif adalah beban atau nilai dari produk bagi konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat
Kelengkapan produk (X ₂)	Kelengkapan produk adalah kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan untuk konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keragaman produk yang dijual. 2. Variasi produk yang dijual. 3. Ketersediaan produk yang dijual. 4. Macam merek yang tersedia
Kualitas pelayanan (X ₃)	Kualitas Pelayanan adalah tingkat pelayanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kehandalan (<i>reliability</i>) 2. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) 3. Jaminan dan keyakinan (<i>assurance</i>) 4. Empati (<i>empathy</i>) 5. Bukti nyata (<i>tangible</i>).

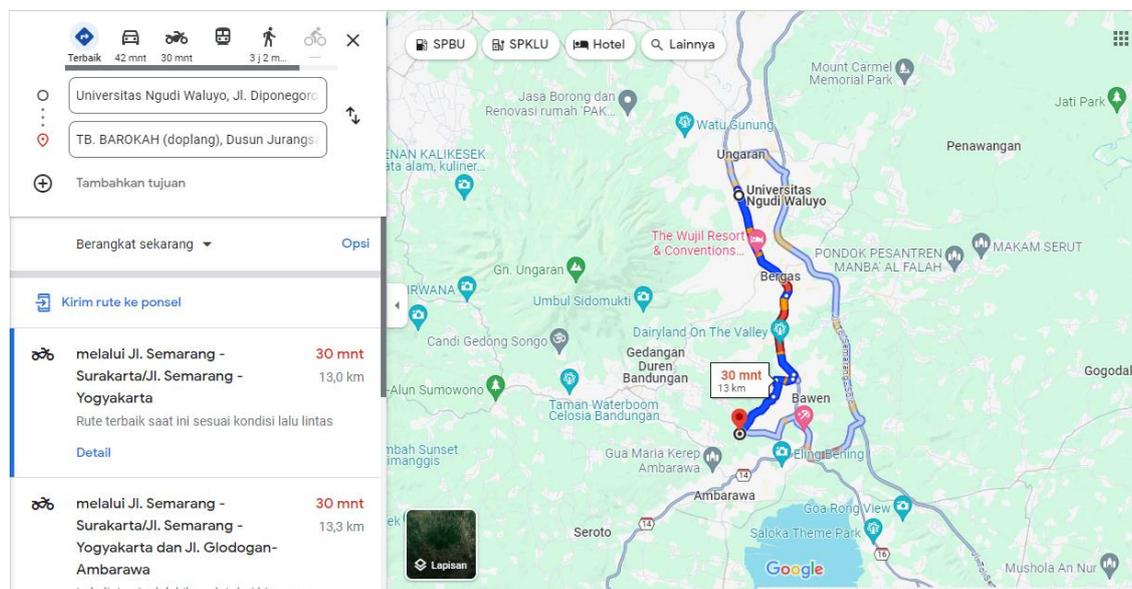
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli, mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan akan kebutuhan. 2. Pencarian informasi. 3. Evaluasi alternatif. 4. Memutuskan membeli. 5. Perilaku positif setelah pembelian.
-------------------------	--	--

3.2 Objek Penelitian, Populasi dan Sampel

3.2.1 Objek Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*), merupakan penelitian yang langsung dilakukan di lapangan dengan responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistika, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2010).

Penelitian ini dilaksanakan di Toko Bangunan Barokah yang beralamatkan di Dsn Jurangsari Rt 02 Rw 01 Desa Doplang Kecamatan Bawen Kabupaten Semarang Jawa Tengah 50661.



Gambar 3. 1. Peta Lokasi Penelitian

3.2.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini populasi penelitian adalah konsumen toko bangunan Barokah Doplang yang sudah pernah atau sudah lebih dari 3 kali membeli barang-barang bahan bangunan di Toko bangunan tersebut yaitu sebesar 1500 konsumen. Populasi ini dihitung berdasarkan hasil rata-rata jumlah konsumen setiap hari yaitu 50 Konsumen dikali 30 hari.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini penentuan sampel dihitung dengan rumus Slovin atau Taro Yamane (Ridwan, 2011) sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi (1.500 konsumen)

D = Presisi (tingkat kesalahan sebesar 10%)

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti, sebagai berikut:

$$\text{Jumlah Sampel} = \frac{N}{N \cdot D^2 + 1}$$

$$\text{Jumlah Sampel} = \frac{1500}{1500 \cdot 0,10^2 + 1}$$

$$\text{Jumlah Sampel} = 93,75$$

Jadi, jumlah sampel yang diteliti adalah sebanyak 93,75 konsumen, maka dalam penelitian ini akan membulatkannya menjadi 94 sampel. Kriteria inklusi dari penelitian ini adalah konsumen Toko Banguna Brokah yang sudah melakukan pembelian

di toko minimal 2 kali. Sedangkan kriteria eksklusi dalam penelitian ini konsumen baru Toko Bangunan Barokah.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan oleh penulis adalah data kuantitatif, yaitu data yang dapat diukur, diberi nilai numerik, dan dihitung. Data penelitian yang digunakan dalam bentuk numerik hasil kuesioner sehingga dapat diukur dan dihitung.

3.3.2 Sumber Data

Terdapat 2 sumber data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lokasi penelitian/magang (Rahmadi, 2011). Pada penelitian ini data primer berupa hasil observasi selama penelitian berlangsung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua (Rahmadi, 2011). Data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen dan hasil kuesioner dari penelitian di Toko Bangunan Barokah Dopleng.

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi dilakukan dengan cara melihat proses kerja (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan observasi langsung kelapangan guna untuk mengamati dan meneliti bagaimana pengaruh harga kompetitif, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan pada Toko Bangunan Barokah Dopleng.

3.4.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2010). Dalam Penelitian ini kuesioner bersifat tertutup karena alternatif jawaban sudah disediakan. Kuesioner tersebut diberikan kepada konsumen yang datang berbelanja di Toko Bangunan Barokah Dopleng untuk memperoleh informasi keputusan pembelian.

Skala pembobotan skor mengacu pada skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek sosial (Suliyanto, 2018). Dalam kuesioner yang digunakan peneliti, setiap pertanyaan terdiri dari 5 kategori jawaban yaitu:

1. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
2. Setuju (S) diberi skor 4
3. Kurang setuju (KS) diberi skor 3

4. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor

Adapun pertanyaan yang digunakan sebagai kuesioner berdasarkan indikator yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Daftar Pertanyaan berdasarkan variabel bebas harga kompetitif.

Tabel 3. 2.
Daftar Pertanyaan Variabel Bebas Harga Kompetitif

No	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga produk di Toko Bangunan Barokah Dopleng relatif sangat terjangkau.					
2.	Harga produk di Toko Bangunan Barokah Dopleng sesuai dengan kualitasnya.					
3.	Harga produk di Toko Bangunan Barokah Dopleng paling murah dibanding dengan toko bangunan yang lain.					
4.	Harga produk di Toko Bangunan Barokah Dopleng sesuai dengan manfaatnya.					

2. Daftar Pertanyaan berdasarkan variabel bebas kelengkapan produk.

Tabel 3. 3.
Daftar Pertanyaan Variabel Bebas Kelengkapan Produk

No	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Toko Bangunan Barokah Doplang memiliki beragam produk yang dijual.					
2.	Toko Bangunan Barokah Doplang setiap produk terdapat banyak variasi produk yang dijual.					
3.	Toko Bangunan Barokah Doplang memiliki ketersediaan produk yang dijual (tidak ada stock kosong).					
4.	Toko Bangunan Barokah Doplang memiliki bermacam merek yang tersedia.					

3. Daftar Pertanyaan berdasarkan variabel bebas kualitas pelayanan.

Tabel 3. 4.
Daftar Pertanyaan Variabel Bebas Kualitas Pelayanan

No	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
<i>Reliability</i> (kehandalan)						

1.	Karyawan Toko Bangunan Barokah Doplang memberikan pelayanan yang baik.					
<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)						
2.	Karyawan Toko Bangunan Barokah Doplang memiliki kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.					
<i>Assurance</i> (jaminan dan keyakinan)						
3.	Karyawan Toko Bangunan Barokah Doplang memiliki pengetahuan, kesopanan dan kemampuan untuk meyakinkan konsumen.					
<i>Empati</i> (<i>empathy</i>)						
4.	Karyawan Toko Bangunan Barokah Doplang memberikan perhatian untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.					
<i>Tangibles</i> (bukti nyata)						
5.	Toko Bangunan Barokah Doplang tertata sangat rapi dan bersih begitupun karyawannya.					

4. Daftar Pertanyaan berdasarkan variabel terikat keputusan pembelian.

Tabel 3. 5.
Daftar Pertanyaan Variabel terikat Keputusan Pembelian

No	Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Konsumen membeli produk berdasarkan bentuk, tampilan, harga produk yang diinginkan.					
2.	Konsumen membeli produk berdasarkan informasi yang telah didapatkan atau diinginkan.					
3.	Manfaat produk mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk.					
4.	Merk produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk.					
5.	Setelah membeli produk konsumen merasa puas dan senang jika mendapatkan produk yang diinginkan.					

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang terjadi pada saat melakukan observasi, baik berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental. Pada penelitian ini, dokumentasi yang ada berbentuk tulisan dan foto pada saat kegiatan observasi dan dokumen kuesioner.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan penulis melalui observasi, kuesioner dan dokumentasi. Data penelitian akan diolah dengan menggunakan SPSS versi 26 dilakukan uji sebagai berikut:

1. Uji Instrumen
 - a. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Instrumen yang valid artinya alat tersebut dapat mengukur dengan tepat dan cermat (Suliyanto, 2018). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*Correlated item total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid, dan juga sebaliknya apabila nilai r hitung $<$ r tabel dan bernilai negatif maka pertanyaan tersebut tidak valid (Demartha, 2013).

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menguji konsistensi kuesioner dalam mengukur stabilitas kuesioner jika digunakan dari waktu ke waktu (Demartha, 2013). Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel, dilakukan uji statistik dengan melihat *Cronbach's Alpha*. Kriteria yang digunakan adalah:

- 1) Jika nilai *Alpha* $>0,6$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah *reliable*.
- 2) Jika nilai *Alpha* $<0,6$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak *reliable*.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak, model regresi yang baik adalah distribusi data normal/mendekati normal. Pada penelitian ini menggunakan kolmogorov-smirnov dengan ketentuan, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal, dan jika nilai

signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

b. Uji kolmogrov smirnov

Dasar pengambilan keputusan melalui analisis grafik ini, jika data menyebar di sekitar garis diagonal sebagai representasi pola distribusi normal, berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sementara dasar pengambilan keputusan Uji Kolmogorov Smirnov yaitu data yang normal ditunjukkan dengan nilai signifikansi di atas 0,05.

c. Uji multikolinearitas

Digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Demartha, 2013). Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem Multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$, maka terdapat problem Multikolinearitas (Mahardi, 2014, hal. 11).

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain (Demartha,

2013), Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varian berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam pengamatan ini dapat dilakukan dengan cara uji Glejser. Uji Glejser adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregres absolut residual (Gracintya, 2022). Dasar pengambilan keputusan dengan uji glejser adalah:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel tidak bebas (variabel dependent) dengan beberapa variasi lain yang bebas (variabel independent). Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara lokasi, kelengkapan produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan. Menurut Sugiyono (2014) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

X1 = Harga Kompetitif

X2 = Kelengkapan Produk

X3 = Kualitas Pelayanan

Y1 = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Besarnya kenaikan atau penurunan

e = Nilai-nilai dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan

a. Koefisien Determinasi (R²)

Kemampuan variabel-variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dapat diukur dengan besarnya koefisien determinasi (R²). Jika R semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap dependen semakin besar atau semakin kuat. Sebaliknya, jika R² semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil atau semakin lemah. Secara umum dapat dikatakan bahwa R² berada antara 0 dan 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$.

b. Uji Parsial (Uji T)

Pengujian ini dilakukan melalui uji t dengan membandingkan t hitung (observasi) dengan t tabel dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau $\alpha = 0,05$. Apabila hasil pengujian menunjukkan:

- 1). $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak

Variabel independen dapat menerangkan variabel dependen, atau ada pengaruh signifikan antara dua variabel yang diuji.

- 2). $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima

Variabel independen tidak dapat menerangkan variabel dependen, atau tidak ada pengaruh signifikan antara dua variabel yang diuji.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Pengujiannya menggunakan formulasi sebagai berikut:

Langkah-langkah pengujiannya adalah:

- 1) Membuat hipotesis

Hipotesis yang diuji adalah:

- a) $H_0: \beta_1: \beta_2 = 0$

Artinya secara bersama-sama semua variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

b) $H_0: \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$

Artinya secara bersama-sama semua variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

2) Menghitung nilai F

Untuk menghitung nilai F, digunakan rumus (Mudrajat dan Kuncoro, 2007, hal. 83):

$$F = \frac{MSR}{MSE} = \frac{\frac{SSR}{k}}{\frac{SSE}{n-k}}$$

Keterangan:

$SSR = \text{sum of squares due to regression} = \sum(\hat{Y}_1 - y)^2$

$SSE = \text{sum of squares error} = \sum(Y - \hat{Y}_1)^2$

N = jumlah observasi

K = jumlah parameter (termasuk *intercept*) dalam model

MSR = *mean squares due to regression*

MSE = *mean of squares due to error*

3) Menentukan nilai kritis (F-tabel)

Dengan tingkat signifikansi adalah 5% ($\alpha = 0,05$), sedangkan degree of freedom (df) pembilang sebesar k-2 dan df untuk penyebut sebesar n-k dimana k adalah jumlah variabel bebas dan n adalah jumlah sampel maka akan diperoleh nilai F-tabel.

4) Kriteria penerimaan dan penolakan H_0

Jika Signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan jika Signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima (Haslinda, 2016, hal.11)

3.5.2 Penyajian dan Penarikan Kesimpulan Data

Penyajian data ditampilkan dengan secara deskriptif dan diolah dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) veris 26. Penarikan kesimpulan berdasarkan hasil uji instrumen, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda.