

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Desain Penelitian**

Penelitian ini termasuk penelitian *ex-post facto*. Penelitian *ex-post facto* merupakan penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi, peneliti menyelidiki faktor-faktor yang mendahului atau menentukan sebab-sebab yang mungkin atas peristiwa yang diteliti (Arikunto, 2013: 17).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena variabel bebas dan variabel terikat berupa angka atau bisa diangkakan, dan dianalisis berdasarkan analisis statistik. Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini digolongkan ke dalam penelitian asosiatif kausal karena mencari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

#### **3.2. Operasional Variabel**

##### **3.2.1. Variabel Dependen**

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014: 39). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen yang dilakukan di seluruh Alfamart Kecamatan Sekupang.

### 3.2.2. Variabel Independen

Variabel bebas (independen) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2014: 39). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu pendapatan konsumen dan pengetahuan konsumen.

**Tabel 3.1.** Operasional variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Keputusan Pembelian (Y).  Keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya.  (Suharso, 2010: 83)	1. Keputusan terhadap produk yang tersedia. 2. Keputusan terhadap harga yang diberikan. 3. Keputusan terhadap pelayanan yang diberikan.  (Harmani, 2008: 41)	Likert
2	Pendapatan (X1).  pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diperoleh dari hasil pekerjaan dan biasanya pendapatan seseorang dihitung setiap tahun atau setiap bulan  (Endang dan Rintar, 2008).	1. Penghasilan yang diterima perbulan. 2. Pekerjaan. 3. Anggaran biaya sekolah. 4. Beban keluarga yang ditanggung.  (Bramastuti, 2009: 48)	Likert
3	Pengetahuan (X2).  Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk  (Sumarwan, 2011: 148)	1. Wawasan mutu produk. 2. Wawasan keamanan produk. 3. Wawasan kandungan produk. 4. Penyampaian informasi.  Sri (2011)	Likert

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014: 215). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Alfamart yang berada di Kecamatan Sekupang yang belum diketahui.

#### **3.3.2. Sample**

Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili jumlah dan karakteristik dari populasi tersebut (Sugiyono, 2014: 215). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling*, dengan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, seperti:

1. Konsumen yang pernah melakukan pembelian di Alfamart.
2. Konsumen yang melakukan transaksi lebih dari sekali.
3. Konsumen yang memiliki pendapatan atau penghasilan.
4. Konsumen yang memiliki keputusan pembelian di Alfamart.

Pemilihan sampel bertujuan ini dilakukan karena mungkin saja peneliti telah memahami bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang dikehendaki karena

mereka memang memiliki informasi seperti itu dan mereka memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti.

Maka besar sampel yang digunakan menurut Rao Purba dalam Kharis (2011: 50) menggunakan rumus berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 (\text{Moe})^2} \quad \textbf{Rumus 3.1. Rumus Rao}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

$Z^2 = 1,96$  Skor pada tingkat signifikansi tertentu (95%)

Moe = Tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Berdasarkan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 (10\%)^2}$$

= 96,04 dibulatkan menjadi 100

Maka sampel penelitian adalah 100 konsumen yang berbelanja di Alfamart Kecamatan Sekupang.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa

mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2014: 224).

### **3.4.1. Instrument Penelitian**

Menurut Suharsimi Arikunto (2013: 203) instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar penelitian lebih mudah dan hasilnya mudah diolah. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner (angket) yang memuat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diajukan kepada konsumen yang berbelanja di Alfamart seluruh Kecamatan Sekupang. Yang menjadi pertimbangan dalam penyusunan adalah kemudahan responden dalam mengisi kuesioner.

### **3.4.2. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014: 142). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan oleh responden (Sugiyono, 2014: 142). Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas (Sugiyono, 2014: 142).

Dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe

Skala Likert. Menurut Sugiyono (2014: 93) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pemberian skornya adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.2.** Skala Penilaian Pertanyaan/Pernyataan

No	Keterangan	Skor	Skala
1	Sangat Setuju	5	Likert
2	Setuju	4	Likert
3	Netral	3	Likert
4	Tidak Setuju	2	Likert
5	Sangat Tidak Setuju	1	Likert

### 3.5. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden dan sumber lain terkumpul, (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 3.5.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sanusi, 2011: 115).

Dalam mengukur hipotesis penelitian ini, rumus yang digunakan untuk mengukur rentang skala adalah:

$$(RK) = \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3.2. Rentang Skala}$$

Keterangan :

n = Sampel

m = Jumlah alternative item jawaban

RK = Rentang Skala

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh jumlah rentang skala sebagai berikut:

$$\begin{aligned} (\mathbf{RK}) &= \frac{100 (5-1)}{5} \\ &= 80 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan rentang skala yang diperoleh selanjutnya dikontribusikan dalam table di bawah ini:

**Tabel 3.3.** Rentang Skala Kriteria Analisis Deskriptif

No	Rentang Skala	Kriteria
1	100 – 180,0	Sangat Tidak Baik
2	180,1 – 260,0	Tidak Baik
3	260,1– 340,0	Netral
4	340,1 – 420,0	Baik
5	420,1 – 500	Sangat Baik

**Sumber:** Data Olahan Sendiri

### 3.5.2. Uji Kualitas Data

Berdasarkan metode analisis data yang telah dijelaskan pada bagian metode penelitian, pengujian pertama yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji kualitas data. Uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

#### 3.5.2.1. Uji Validitas Data

Menurut Noor (2014: 132) mendefinisikan uji validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrument.

Tujuan pengujian validitas konten adalah untuk mengetahui apakah setiap instrument penelitian memang *representative* untuk digunakan sebagai alat ukur objek/variabel yang diteliti. Berdasarkan studi literature yang telah dipaparkan pada bab dua, sudah jelas bahwa dimensi bauran pemasaran yang digunakan dalam penelitian ini merupakan instrument yang *representative* dan dengan demikian valid untuk digunakan sebagai alat ukur untuk kepuasan konsumen.

Rumusan yang di gunakan untuk mengukur validitas adalah *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \quad \text{Rumus 3.3. Rumus Pearson Product}$$

Keterangan :

$r_{hitung}$	=	Koefisien korelasi
$\sum X_i$	=	Jumlah skor item
$\sum Y_i$	=	Jumlah skor total
N	=	Jumlah responden

Selanjutnya dihitung dengan Uji-t dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{R \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-R^2}} \quad \text{Rumus 3.4. Uji-t}$$

Dimana:

t	=	Nilai $t_{hitung}$
R	=	Koefisien korelasi hasil $r_{hitung}$
n	=	Jumlah responden

Distribusi (Tabel t) untuk  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan ( $dk = n - 2$ )

Kaidah keputusan:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti valid

2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti tidak valid

Nilai korelasi ( $r$ ) berkisar antara -1 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik maka Y naik) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik (X naik maka Y turun). Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

**Tabel 3. 4.** Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

**Sumber:** Sugiyono, 2007

### 3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Noor (2014: 131) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas menunjukkan kemantapan/konsistensi hasil pengukuran. Suatu alat pengukur dikatakan mantap dan konsisten, apabila untuk mengukur indeks berulang kali, alat pengukur itu menunjukkan hasil yang sama, dalam kondisi yang sama.

Sesuai definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa realibitas menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurannya. Reliabilitas berhubungan dengan akurasi dari pengukurannya. Reliabilitas berhubungan dengan konsistensi dari pengukur. Suatu pengukur dikatakan *reliable* jika dapat

dipercaya. Supaya dapat dipercaya, maka hasil dari pengukuran harus akurat dan konsisten. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda.

Ada beberapa metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas alat ukur misalnya : metode *Anova Hoyt*, Formula *Flanagan*, Formula Belah Dua Spearman-Brown, dan metode Tes Ulang. Dalam penelitian ini akan digunakan metode *Cronbach's Alpha*.

Metode ini sangat populer digunakan pada skala uji yang berbentuk Likert (*scoring scale*). Uji ini menghitung koefisien alpha. Data dikatakan *reliable* apabila  $r_{\alpha}$  positif dan  $r_{\alpha} > r_{\text{table}}$   $df = (\alpha, n-2)$ . Untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan *Conbrach Alpha* dapat digunakan rumus berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right] \quad \textbf{Rumus 3.5. Rumus Cronbach's Alpha}$$

Dimana:

$r_{11}$  = Reliabilitaas instrumen

$k$  = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian pada butir

$\sigma t^2$  = Varian total

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dan sisi pada taraf signifikan 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data atau *reliable* atau tidaknya suatu data dapat dilihat jika nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis *product moment* atau nilai  $r_{\text{table}}$ . Dapat pula dilihat dengan menggunakan nilai

batasan penentu, misalnya 0,6. Nilai yang kurang dari 0,6 dianggap memiliki reliabilitas kurang, sedangkan nilai 0,7 dapat diterima dan 0,8 dianggap baik.

### **3.5.3. Analisis Inferensial Parametrik.**

Dalam penelitian ekonomi bisnis ataupun sumber daya manusia, banyak diterapkan teknik inferensial parametrik, baik untuk melihat keeratan hubungan maupun untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara satu variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas (Sanusi, 2011: 121). Skala ukur variabel yang dilibatkan dalam perhitungan adalah minimal interval (Sanusi, 2011: 121).

### **3.5.4. Uji Prasyarat Analisis**

#### **3.5.4.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan program SPSS versi 22. Jika nilai Asymp. Sig. kurang dari 0,05 maka distribusinya tidak normal. Sedangkan jika nilai Asymp. Sig. lebih dari atau sama dengan 0,05 maka distribusinya normal (Ali Muhson, 2012: 19-21).

#### **3.5.4.2. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat ada tidaknya hubungan yang sangat kuat antar variabel bebas. Variabel bebas harus terbebas dari korelasi yang kuat antar variabel bebas. Hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat akan terganggu jika ada korelasi yang kuat di antara variabel bebasnya. Untuk menguji multikolinearitas antar variabel bebas, peneliti menggunakan uji VIF (Variance Inflation Factor) dengan bantuan program SPSS versi 22. Kriterianya adalah jika nilai VIF kurang dari 4 maka tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan jika nilai VIF lebih dari 4 maka terjadi multikolinearitas (Ali Muhson, 2012: 24-26).

#### **3.5.4.3. Uji Heteroskedastitas**

Uji heteroskedastisitas berfungsi menguji terjadinya perbedaan varian dari nilai residual pada suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila heteroskedastitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan. (Ali Muhson, 2012: 27- 32).

#### **3.5.5. Uji Hipotesis**

Hipotesis menurut Sugiyono (2014: 64) adalah merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Ada dua jenis hipotesis menurut Sugiyono (2014:), yaitu:

1. Hipotesis kerja/ $H_1$
2. Hipotesis nol/ $H_0$

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi. Karena variabel bebas lebih dari satu variabel maka dilakukan analisis regresi linier berganda. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 \quad \textbf{Rumus 3.6. Persamaan Linear Berganda}$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = bilangan konstanta

b1 = koefisien pendapatan

b2 = koefisien pengetahuan produk

X1 = pendapatan

Berikut langkah-langkah dalam pengujian hipotesis:

#### **3.5.5.1. Uji Simultan (Uji F)**

Untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat maka dilakukan uji F. Sehingga bisa diketahui diterima atau tidaknya hipotesis keempat. Jika nilai prob F kurang dari 0,05 maka dapat

disimpulkan variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Rumus F hitung adalah:

$$F = \frac{R^2 (k-1)}{(1-R^2)(n-k)}$$

**Rumus 3.7.** F Hitung

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien determinasi

K = Banyaknya variable bebas

n = Banyaknya sampel

Apabila  $F_{table} > F_{hitung}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Apabila  $F_{table} < F_{hitung}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan tingkat signifikansi 95 persen ( $\alpha = 5\%$ ). Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

### 3.5.5.2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Kuncoro (2011: 108), koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Masih dari pendapat ahli yang sama, menyatakan bahwa nilai Koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas, maka dihitung nilai koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{a_1 \sum X_1 + a_2 \sum X_2 Y + a_3 \sum X_3 Y + a_4 \sum X_4 Y}{\sum Y^2}$$

**Rumus 3. 8.** Koefisien Determinasi

Keterangan :

$R^2$  : Koefisien determinasi antara dan dengan Y

X : Koefisien prediktor

$\sum$  : Jumlah produk antara X dan Y

$Y^2$  : Jumlah kuadrat kriterium Y

### 3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### 3.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di seluruh Alfamart yang berada di Kecamatan Sekupang.

#### 3.6.2. Jadwal Penelitian

**Tabel 3.5.** Jadwal Penelitian

Proses	Oktober 2017				Nopember 2017				Desember 2017				Januari 2018				Febuari 2018			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■	■																		
Pencarian Data Awal			■	■	■	■	■	■												
Penyusunan Penelitian									■	■	■	■								
Pembuatan Kuesioner													■	■						
Pengajuan proposal kepada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk													■	■						
Penyebaran kuesioner															■	■				
Pengumpulan Kuesioner																	■	■		
Pengolahan Data																	■	■		
Penyelesaian Skripsi																	■	■		