

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dan menggunakan desain penelitian deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2019) penelitian deskriptif merupakan penelitian dilihat dari aliran positivisme yang berguna untuk penelitian pada populasi dan sampel tertentu. Menurut (Sanusi, 2017, p. 13) desain penelitian deskriptif merupakan desain dalam penelitian yang dirancang supaya dapat memberikan suatu acuan tentang informasi yang ada pada subjek serta objek penelitian. Peneliti ingin mengetahui pengaruh keamanan, display produk dan nilai pelanggan terhadap minat beli pada PT Matahari *Department Store* serta seluruh gejala yang ada di variabel-variabel penelitian.

3.2. Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat orisinal. Menurut (Purwanza, 2020) penelitian orisinal adalah sebuah bentuk penelitian yang menggunakan seluruh variabel, indikator serta objek penelitian yang baru dan bukan pengulangan dari penelitian sebelumnya. Penelitian orisinal juga disebut juga sebagai penelitian terbaru adalah penelitian yang di dalamnya ada seluruh variabel dan objek penelitian yang baru. Penelitian orisinal mengambil seluruh variabel serta objek baru untuk dijadikan bahan dalam penelitian.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Objek penelitian dalam skripsi ini dilaksanakan pada PT Matahari *Departement Store* yang berlokasi di Mega Mall Batam Centre, Jl. Engku Putri No.1, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau.

3.3.2. Periode Penelitian

Penelitian dilakukan mulai dari bulan Maret 2023 hingga Juli 2023. Jadwal penelitian dapat dirincikan dengan tabel dibawah ini yaitu:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

| Kegiatan | Tahun, Bulan, dan Pertemuan | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------|---|---|---|-----|---|------|---|----|------|----|----|----|
| | Maret | April | | | | Mei | | Juni | | | Juli | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| Pengajuan Judul | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| Penulisan Bab I | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| Penulisan Bab II | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | |
| Penulisan Bab III | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | |
| Menyebarkan Kuesioner | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | |
| Mengumpulkan Kuesioner | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | |
| Pengolahan Data | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | |
| Penulisan Bab IV dan Bab V | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | |
| Menyerahkan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | ■ |

Sumber: Peneliti, 2023

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang didalamnya ada subjek dan objek serta mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang dapat ditetapkan peneliti supaya bisa dipahami lalu diambil kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi penelitian yaitu seluruh konsumen yang berbelanja pada PT Matahari *Department Store*.

3.4.2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019) sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang ada di dalam populasi. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang berbelanja pada PT Matahari *Department Store*.

3.4.2.1. Teknik Penentuan Besar Sampel

Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui secara pasti sehingga perhitungan sampel harus menggunakan rumus *Unknown Populations* untuk mengetahui sampel yang akan digunakan (Suryaningrum, 2019). Adapun rumus *Unknown Populations* yaitu:

$$n = p \times q \left(\frac{Z^{\alpha}}{2} \right)^2$$

Rumus 3.1 Unknown Populations

Keterangan:

n = Jumlah sampel

$Z^{\alpha} / 2$ = nilai Z tabel ($\alpha=50\%$: $\alpha/2=0,025$)

e = error (batas maksimal error = 10%)

p : Precisions (batas tatapan presisi = 5%)

q : Quality (jumlah estimasi = 0,5)

$$n = p \times q (Z^a / 2)^2$$

$$n = 0,5 \times 0,5 (1,96 / 0,1)^2$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas didapatkan hasil sampel yaitu 96,04 dan dibulatkan menjadi 100 sampel. Sehingga bisa disimpulkan dalam penelitian ini menggunakan 100 sampel.

3.4.3. Teknik Sampling

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik non probability sampling. Menurut (Sugiyono, 2013, p. 81) teknik *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan sebuah kesempatan yang sama untuk semua anggota pada populasi supaya dapat dipilih menjadi anggota sampel. Adapun jenis teknik *non probability sampling* yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2013, p. 84) teknik *purposive sampling* merupakan teknik untuk menetapkan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Adapun kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu:

1. Responden yang berbelanja pada PT Matahari *Departement Store* Mega Mall Batam Centre.
2. Responden yang berusia 17 tahun keatas.

3.4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk diambil pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut (Sugiyono, 2019) data primer adalah sumber data yang didapatkan secara langsung. Data primer yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuesioner yang dibagikan kepada konsumen pada PT Matahari

Department Store. Menurut (Sugiyono, 2019) data sekunder adalah sumber data yang tidak secara langsung atau data yang berasal dari dokumentasi. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian adalah informasi yang didapatkan melalui jurnal serta buku yang sesuai dengan penelitian untuk acuan teori dalam penelitian.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2013, p. 142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi beberapa pernyataan serta pertanyaan yang tertulis pada responden untuk dijawab. Kuesioner dibuat melalui google form serta membagikan link kuesioner tersebut pada konsumen PT Matahari *Department Store*. Menurut (Sugiyono, 2013, p. 93) skala likert adalah suatu skala pengukuran yang dimanfaatkan untuk mengukur sifat, saran serta pandangan individu tentang gejala sosial. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert dan variabel yang diukur serta dijelaskan adalah variabel indicator.

Tabel 3.2 Skala Likert

| Pernyataan | Simbol | Skor |
|---------------------|---------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | STS | 1 |
| Tidak Setuju | TS | 2 |
| Netral | N | 3 |
| Setuju | S | 4 |
| Sangat Setuju | SS | 5 |

3.6. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2013, p. 38) variabel adalah suatu karakteristik nilai pada aktivitas yang memiliki jenis spesifik dengan ditentukan oleh peneliti supaya

bisa dipelajari lalu diambil kesimpulan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

3.6.1. Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2019) variabel independen adalah suatu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab munculnya variabel dependen. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Keamanan (X1), Display Produk (X2) dan Nilai Pelanggan (X3).

3.6.2. Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2019) variabel dependen adalah sebuah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat dikarenakan munculnya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Minat Beli (Y).

Tabel 3.3 Operasional Variabel

| No | Variabel | Definisi Variabel | Indikator Variabel | Skala Ukur |
|----|---------------------|--|---|---------------|
| 1 | Keamanan (X1) | Keamanan merupakan kemampuan suatu toko untuk melaksanakan pengawasan serta penjagaan yang berkaitan dengan produk yang diperjualbelikan. (Nasikah <i>et al.</i> , 2022) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Jaminan keamanan 2. Kerahasiaan informasi | <i>Likert</i> |
| 2 | Display Produk (X2) | Display produk merupakan sebuah keinginan untuk membeli produk yang didorong oleh ketertarikan pada produk dan perasaan ingin memiliki produk tersebut. (Mulyono <i>et al.</i> , 2020) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelompokan berdasarkan jenis produk 2. Pengelompokan berdasarkan manfaat produk 3. Kerapian produk 4. Keindahan toko | <i>Likert</i> |

Tabel 3.3 Lanjutan

| | | | | |
|---|----------------------|--|---|---------------|
| 3 | Nilai Pelanggan (X3) | Nilai pelanggan merupakan seluruh penilaian konsumen pada karakteristik serta keutamaan produk dilihat dari kegunaan yang bisa diberikan kepada konsumen. (Danan, 2020) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengorbanan 2. Emosional 3. Fungsional | <i>Likert</i> |
| 4 | Minat Beli (Y) | Minat beli adalah sebuah hal yang muncul setelah menerima dorongan melalui produk yang dilihat sehingga memunculkan ketertarikan agar membeli produk tersebut sehingga bisa menggunakan nya. (Sarjita, 2020) | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Attention</i> 2. <i>Interest</i> 3. <i>Desire</i> 4. <i>Action</i> | <i>Likert</i> |

Sumber: Data Penelitian (2023)

3.7. Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2014, p. 243) analisis data kuantitatif merupakan metode pada analisis data yang digunakan agar bisa menjawab semua rumusan masalah serta menguji hipotesis yang sudah dirumuskan. Alat analisis statistik yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif.

3.7.1. Analisis Deskriptif

Menurut (Sanusi, 2017, p. 13) statistik deskriptif adalah analisis dalam penelitian yang dirancang agar bisa memberikan referensi dengan teratur tentang informasi ilmiah yang sumber nya dari objek dan subjek dalam penelitian. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan deskripsi jawaban serta penyebaran kuesioner pada konsumen PT Matahari *Departement Store* selaku responden. Hasil dari kuesioner tersebut akan dilakukan olah data menggunakan

statistik deskriptif untuk menjelaskan hasil data tersebut. Sebelum melaksanakan analisis deskriptif, terlebih dulu harus dibuat rentang skala yang dapat dijadikan pedoman dalam analisis deskriptif. Perhitungan dari rentang skala yaitu:

$$RS = \frac{n(M-1)}{M} \quad \text{Rumus 3.2 Rentang Skala}$$

Keterangan:

RS = Rentang skala

n = jumlah sampel

M = Jumlah alternatif jawaban per sampel

$$\begin{aligned} RS &= \frac{100(5 - 1)}{5} \\ &= \frac{100(4)}{5} \\ &= 80 \end{aligned}$$

Tabel 3.4 Rentang Skala

| No | Rentang Skala | Kategori |
|----|---------------|---------------------|
| 1 | 100-180 | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | 181-261 | Tidak Setuju |
| 3 | 262-342 | Netral |
| 4 | 343-423 | Setuju |
| 5 | 424-504 | Sangat Setuju |

3.7.2. Uji Kualitas Data

3.7.2.1. Uji Validitas Data

Menurut (Meilani & Siagian, 2022) uji validitas merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk mengukur tingkat akurasi antara data yang ada pada objek dan data yang dilaporkan.

$$R_{XY} = \frac{n (\sum \chi^i \gamma^i) - (\sum \chi^i) (\sum \gamma^i)}{(n (\sum \chi^2) - (\sum \chi)^2) (n (\sum \gamma^2) - (\sum \gamma)^2)} \quad \text{Rumus 3.3 Uji Validitas}$$

Keterangan:

$r_{\chi\gamma}$ = Koefisien Korelasi

n = Nominal Responden

χ_i = Nilai pada Setiap Data di Instrumen

γ_i = Nilai pada Setiap Data di Kriteria

3.7.2.2. Uji Reliabilitas Data

Menurut (Ghozali, 2018, p. 45) uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur hasil dari kuesioner termasuk indikator pada seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian.

$$k = \frac{k}{(k - 1)} \frac{\{1 - \sum S_i^2\}}{S_t^2}$$

Rumus 3.4 Uji Reliabilitas

Keterangan:

r_i = Koefisien reliabilitas Alfa Cronbach

k = Nominal unit per soal

$\sum S_i^2$ = Nominal varians nilai dalam setiap unit soal

S_t^2 = Varians total

3.7.3. Uji Asumsi Klasik

3.7.3.1. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018, p. 161) uji normalitas merupakan sebuah uji yang memiliki tujuan untuk menguji apakah pada metode regresi variabel independen dan variabel memiliki distribusi normal atau tidak.

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Rumus 3.5 Uji Normalitas

Keterangan:

X^2 = Nilai dari X^2

O_i = Nilai dari observasi

E_i = Nilai harapan

3.7.3.2. Uji Multikolonieritas

Menurut (Tanzeh & Arikunto, 2020) uji multikolonieritas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah ada suatu korelasi yang sifatnya sempurna atau mendekati sempurna pada variabel bebas. Agar bisa melihat ada atau tidaknya fenomena multikolinieritas pada regresi maka bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), sehingga bisa dijelaskan jika nilai VIF > 10 artinya terjadi gejala multikolinieritas. Namun apabila nilai VIF < 10 artinya tidak ada terjadi fenomena multikolinieritas.

3.7.3.3. Uji Heterokedastisitas

Menurut (Tanzeh & Arikunto, 2020) uji heterokedastisitas adalah uji yang digunakan untuk menguji kesesuaian variansi dalam residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain nya. Uji heterokedastisitas bisa dilakukan menggunakan metode Scatter Plot dengan menggunakan plot nilai ZPRED atau nilai prediksi dan SRESID atau nilai residual.

3.7.4. Uji Pengaruh

3.7.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sanusi, 2017, p. 134) analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang digunakan apabila terdapat penambahan jumlah variabel yang sebelumnya hanya terdapat satu variabel lalu menjadi dua atau lebih variabel bebas.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Rumus 3.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = Konstanta

X_1 , X_2 dan X_3 = Variabel independen

b = Nilai koefisien regresi

3.7.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2018, p. 97) uji koefisien determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui keterlibatan yang diberikan pada satu variabel X atau lebih terhadap variabel Y yang dijelaskan melalui angka yaitu koefisien determinasi.

$$Kd = r \times 100\%$$

Rumus 3.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

3.8. Uji Hipotesis

3.8.1. Uji t (Uji Parsial)

Menurut (Ghozali, 2018, p. 98) uji t atau uji parsial merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel bebas yang secara personal agar bisa memberikan penjelasan kepada variabel terikat yang dilaksanakan dengan melakukan pengujian di tingkatan signifikan $<0,05$ dan derajat bebas yaitu $(n-k-1)$. Adapun kriteria uji t yaitu:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh.

3.9.2. Uji f (Uji Simultan)

Menurut (Ghozali, 2018, p. 98) uji f atau uji simultan merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara seluruh variabel bebas yang diletakkan pada mode regresi secara bersamaan dengan variabel terikat yang telah dilaksanakan pengujian di tingkatan $<0,05$ merupakan suatu tujuan uji statistik f. Adapun kriteria uji f yaitu:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara simultan terdapat pengaruh.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya secara parsial simultan terdapat pengaruh.