

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Lokasi/ objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Pasar Tangor yang beralamat di Jl. Lintas Timur Kelurahan Kulim, Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru.

1.2 Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Faktor Budaya (X₁)	Kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari oleh anggota keluarga dari keluarga dan institusi penting	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai-nilai • Keinginan membeli • Kebiasaan membeli 	Ordinal
Faktor Sosial (X₂)	Faktor-faktor sosial yang mempengaruhi perilaku seseorang terdiri dari kelompok kecil, keluarga, serta peran status sosial konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> • Teman dekat • Keluarga • Status sosial 	Ordinal
Faktor	Pola sifat individu	<ul style="list-style-type: none"> • Pekerjaan atau 	Ordinal

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Priadi (X₃)	yang dapat menentukan tanggapan untuk betingkah laku.	<p>penghasilan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gaya hidup • Kepribadian 	
Faktor Psikologis (X₄)	Menjelaskan dengan pemahaman tentang apa yang terjadi dalam pikiran seseorang daripada semata-mata memahami bagaimana otak seseorang berfungsi.	<ul style="list-style-type: none"> • Motivasi atau jenis produk • Persepsi atau kualitas produk • Pengalaman • Keyakinan 	
Keputusan pembelian (Y) Suatu tindakan konsumen untuk membentuk referensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang disukai. Tugas pemasar adalah memahami perilaku pembeli pada tiap-	1. Pengenalan masalah	<ul style="list-style-type: none"> • Kebutuhan 	Ordinal
	2. Pencarian Informasi	<ul style="list-style-type: none"> • Pencarian informasi yang sedang-sedang saja • Mencari informasi secara aktif 	Ordinal
	3. Evaluasi alternatif	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan evaluasi 	Ordinal
	4. Keputusan membeli	<ul style="list-style-type: none"> • Pendapatan keluarga yang diharapkan • Harga yang diharapkan • Manfaat produk yang diharapkan 	Ordinal
	5. Perilaku sesudah pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan atau ketidakpuasan 	Ordinal

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<p>tiap tahap dan pengaruh apa yang bekerja dalam tahap-tahap tersebut. Pendirian orang lain, faktor situasi tidak diantisipasi, dan risiko yang dirasakan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.</p> <p>Sumber (Nugroho J setiadi 200).</p>			

Sumber : Data Olahan

Untuk mengukur setiap jawaban responden digunakan skala likert dengan lima (5) alternative jawaban yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

1. Sangat setuju/sangat puas, bobot nilai = 5
2. Setuju/puas, bobot nilai = 4
3. Netral, bobot nilai = 3
4. Tidak setuju/kurang puas, bobot nilai = 2
5. Sangat tidak setuju, bobot nilai = 1
- 6.

1.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Pasar Tangor Kota pekanbaru. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode Accidental Non Propbability Sampling yaitu pengambilan sampel secara kebetulan, artinya konsumen yang kebetulan ditemui peneliti langsung diberikan kuesioner (*Anwar Syamsi, 2014*)

3.3.2 Sampel

Mengingat jumlah populasi yang tidak pasti (intinile) serta keterbatasan waktu, biaya dan tenaga penulis maka jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 100 orang/responden (*Anwar Samsi,2014*).

1.4 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang dipakai adalah kuanlitatif, data kuanlitatif adalah data yang berbentuk data , kalimat serta uraian,skema dan gambar

b. Sumber Data

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian atau dari konsumen sebagai sampel kuesioner.
2. Data Sekunder, yaitu data yang penulis peroleh dari laporan itu sendiri yang berupa kuestioner dan data lain yang diperlukan dalam penelitian ini.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penyelesaian penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner (pertanyaan) yaitu dengan mengajukan daftar pertanyaan kepada responden.
2. Wawancara, yaitu melakukan Tanya Jawab secara langsung dengan responden.
3. Observasi, adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung di lapangan.

3.6 Analisa data

Dari data hasil penelitian yang dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis terhadap masalah yang dihadapi dengan menggunakan metode analisis sebagai berikut:

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas ini dilakukan kepada 100 responden diluar dari pada sampel dan dilakukan pada Pasar Tangor Kota Pekanbaru.

3.6.2 Uji Reabilitas

Uji Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, (Ghozali 2011). Diperhitungan *reability Coefficients* pada penelitian ini adalah para konsumen Pasar Tangor Kota Pekanbaru.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas bertujuan menguji apakah dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas jika variabel bebas berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas = 0. Multikolineritas dapat di lihat dari nilai tolerance dan variance inflation Factor (VIF) . menurut Imam Ghozali, 2005 cara mendeteksi terhadap adanya multikolineritas dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a. Besarnya variabel inflation faktor (VIF), pedoman suatu model regresi yang bebas multikolineritas yaitu $VIF > 10$.
- b. Besarnya Tolerance pedoman suatu model regresi yang bebas multikolineritas yaitu nilai tolerance $< 0,10$.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda heteroskedastisitas. (Ghozali,2005). Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun cara mendeteksi ada atau tidak adanya heteroskedastisitas digunakan program SPSS dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel tersebut dengan residualnya. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot dengan dasar analisis (Ghozali,2005)

- a. Jika ada pola tersebut seperti titik-titik yang ada membentuk pola tersebut yang teratur maka mengidentifikasi terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Maksud dengan diei sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya maupun nilai sesudahnya. Cara mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin-Warson (DW test). Uji menyatakan

adanya konstanta dalam regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi.

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi berganda digunakan untuk meramalkan pengaruh dua atau lebih variabel predictor (variabel bebas) terhadap satu variabel kriterium (variabel terikat) atau untuk membuktikan adan atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y) (Usman dan Akbar, 2006:241)

Rumus (Usman dan Akbar, 2006:242) :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = konstanta

b = koefisien regresi

X₁ = Faktor Budaya

X₂ = Faktor Sosial

X₃ = Faktor Pribadi

X₄ = Faktor Psikologis

e = *error*

3.6.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen yang ditunjukkan dengan R Square dalam Model Summary yang dihasilkan oleh program SPSS, dimana nilai koefisien determinasi ini terjadi antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R < 1$. Apabila nilai koefisien determinasi (R) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya.

3.6.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Parsial (uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Jika nilai probability t lebih besar dari 0,05 maka tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap dependen (koefisien regresi tidak signifikan) sedangkan jika nilai probability t lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap dependen (koefisien regresi signifikan), (Ghozali, 2011:98).

2. Uji Simultan (uji f)

Uji statistik f menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat untuk mengambil keputusan hipotesis diterima atau ditolak dengan membandingkan tingkat signifikansi (alpha) sebesar 5 % (0,05). Jika nilai probability f lebih besar dari 0,05 maka model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen dengan kata lain variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh. (Ghozali, 11:84)