

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Objek dan lokasi penelitian ini adalah para konsumen busana muslim Rabbani Jl. HR. Soebrantas Panam Pekanbaru.

3.2 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data primer

Menurut Umar (2003) Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dilapangan oleh peneliti sebagai objek penulisan.

b. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2005) Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen.

3.3 Oprasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

NO	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Pemasaran Ritel (X) adalah semua kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis (sopiah dan syihabudin 2008)	<p>a. Produk</p> <p>b. Harga</p> <p>c. Lokasi</p> <p>d. Pelayanan</p>	<p>1. produk yang ditawarkan Rabbani banyak variasinya</p> <p>2. produk Rabbani sudah dikenal masyarakat</p> <p>3. model produk mengikuti tren saat ini</p> <p>1. harga produk sesuai dengan kualitas produk</p> <p>2. harga yang ditawarkan lebih murah</p> <p>3. harga sesuai kemampuan konsumen</p> <p>1. gerai Rabbani berdekatan dengan lokasi atau perbelanjaan lain</p> <p>2. lokasinya strategis</p> <p>3. lokasinya mudah diakses oleh transportasi umum</p> <p>1. ketanggapan karyawan menangani keluhan</p> <p>2. sikap karyawan yang sopan dan ramah</p> <p>3. tersedianya alat pembayaran melalui kredit card/ATM</p>	Interval

		<p>e. Promosi</p> <p>f. Fasilitas fisik</p>	<p>1. iklan melalui media cetak dan elektronik</p> <p>2. penjualan langsung melalui penawaran karyawan</p> <p>3. pemberian diskon</p> <p>1. kemudahan menemukan produk yang diinginkan</p> <p>2. warna interior yang menarik</p> <p>3. tersedianya kamar pass yang memadai</p>	
2	Keputusan pembelian (Y) adalah salah satu tahapan proses keputusan pembelian dimana konsumen pada akhirnya membeli suatu produk (Kotler dan Armstrong 2008)	<p>a. Pengenalan kebutuhan.</p> <p>b. Pencarian informasi.</p> <p>c. Mengevaluasi alternatif</p> <p>d. Keputusan pembelian.</p>	<p>1. Kebutuhan konsumen terhadap produk yang akan dibeli</p> <p>2. Adanya rekomendasi produk dari pihak lain</p> <p>1. Mencari informasi tentang produk.</p> <p>2. Informasi produk yang tersedia</p> <p>1. Manfaat produk</p> <p>2. Adanya kepercayaan konsumen dalam membeli produk</p> <p>1. Kualitas produk yang sesuai selera konsumen</p> <p>2. Produk yang disukai konsumen</p>	Interval

3.4 Populasi dan Sampel

Dalam prosedur pengambilan sampel pelanggan dilakukan dengan cara menentukan sampel dari populasi yang memenuhi karakteristik tertentu sebagai pembatas yang terdapat dalam populasi yang menjadi objek studi.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode pengambilan sampel proporsional (*purposive sampling*). Proses teknik sampling yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner di Gerai Rabbani dalam waktu 3 bulan. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Rabbani Jl. HR. Soebrantas panam pekanbaru sebanyak 1.250 orang yang berasal dari struk belanja konsumen Rabbani Panam Pekanbaru. Rumus yang digunakan adalah rumus dari slovin, yaitu:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1+ Ne} \\ &= \frac{1.250}{1+1.250 (0,01)} \\ &= \frac{1.250}{1+12,5} \\ &= \frac{1.250}{13,5} \\ &= 92, 59 \text{ (dibulatkan menjadi 93 orang)}\end{aligned}$$

Dasar pengambilan dengan menggunakan rumus slovin tersebut maka dapat diketahui jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 93 orang konsumen Rabbani Jl. HR. Soebrantas Panam Pekanbaru. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik sensus, yaitu pengambilan sampel secara keseluruhan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mewawancarai pihak pimpinan atau yang mewakili perusahaan pada Rabbani Jl. HR. Soebrantas Panam Pekanbaru untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

2. Kuesioner

Yaitu pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan (kuesioner) yang diajukan kepada responden penelitian pada Rabbani Jl. HR. Soebrantas Panam Pekanbaru.

3.5 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan:

1. Metode deskriptif, yaitu mengolah data, menjelaskan pengaruh faktor bauran ritel terhadap keputusan pembelian kemudian membandingkan antara teori yang ada dengan kenyataan di lapangan pada saat melakukan penelitian.
2. Metode kuantitatif, yaitu metode penganalisaan yang dilakukan dengan mentabulasikan data yang ada ke dalam bentuk angka-angka, dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Menentukan regresi linear berganda

Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan rumus:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + \varepsilon$$

Dimana:

- Y = Keputusan Pembelian
- a = Konstanta
- $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6$ = Koefisien regresi terhadap $x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6$
- x_1 = Produk
- x_2 = Harga
- x_3 = Lokasi
- x_4 = Pelayanan
- x_5 = Promosi
- x_6 = Fasilitas Fisik
- ε = Epsilon

b. Menentukan koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan angka yang menunjukkan seberapa besar perubahan variabel terikat (Y) dapat dipengaruhi variabel bebas (X).

c. Melakukan uji t yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel bebas (bauran ritel) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Uji t akan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, jika t hitung > t tabel maka H0 diterima dan H1 ditolak, tapi jika t hitung < t tabel maka H1 ditolak dan H0 diterima.

Untuk ini digunakan skor yang berpedoman pada skala Likert sebagai berikut:

Tabel 3.2

Alternatif Pilihan Jawaban

NO	Pilihan Jawaban	Skor	Interval
1	Sangat Setuju	5	4,20-5,00
2	Setuju	4	3,40-4,19
3	Cukup	3	2,60-3,39
4	Tidak Setuju	2	1,80-2,59
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,00-1,79

Sumber: Skala Likert

Untuk memudahkan dan memberikan hasil secara akurat dan pasti maka dalam pengujian statistik tersebut menggunakan program komputer SPSS (*Statistic for Product and Service Sollutions*) versi 20 untuk mencari pengaruh faktor bauran ritel terhadap keputusan pembelian busana muslim Rabbani Jl. HR. Soebrantas Panam Pekanbaru.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau