BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Adapun daerah penelitian ini dilakukan pada Minimarket Maswir yang terletak di Air Tiris Kabupaten Kampar.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.2. Operasional Variabel

Tabel 3.1

Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel yaitu produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi (Khotler,2010:59)	a. Produk	• Membeli produk karena produk yang menarik • Manfaat produk sangat banyak • Produk yang sangat berkualitas • Memiliki banyak jenis produk • Kelengkapan produk	Ordinal
	b. Harga	• Harga yang terjangkau • Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan • Harga dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya	
	c. Promosi	• Dapat memberikan informasi yang jelas bagi konsumen yang membeli produk • Promosi produk menggunakan brosur/ spanduk • Pemberian kartu member bagi pelanggan	
	d. Distribusi	• Kemudahan memperoleh produk • Ketersediaan produk • Lokasi pembelian mudah dijangkau oleh konsumen	Ordinal

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Keputusan pembelian merupakan tanggapan akhir yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk yang ditawarkan perusahaan (Kotler, 2002)	a. Pengenalan masalah	• Kebutuhan konsumen terhadap produk yang akan dibeli • Adanya rekomendasi produk dari pihak lain • Kualitas produk yang bagus	Ordinal
	b. Pencarian informasi	• Mencari informasi tentang produk • Informasi produk yang tersedia • Pengenalan produk secara meluas	
	c. Evaluasi alternatif	• Perbandingan keunggulan dengan produk lain • Manfaat produk • Kepercayaan terhadap produk	Ordinal

2.3. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang penulis kumpulkan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari konsumen pada Minimarket Maswir di Air Tiris

b. Data Sekunder

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Data yang diperoleh dari berbagai laporan dan beberapa refrensi dari beberapa sumber yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu Minimarket Maswir di Air Tiris Kampar.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah:

a. Wawancara

Menurut Sugiono (2009:317) Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

b. Kuisioner

Kuisioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dimana peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden (Sutopo, 2006: 87). Adapun kuisioner yang dipakai menggunakan skala Likert yang merupakan skala jenis ordinal. Dimana dalam penelitian ini skala jawaban responden diberi skor dari 1 sampai dengan 5, dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.2. Skala Likert Untuk Kuisioner Positif

No	Pilihan Jawaban	Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Cukup setuju	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2009:87)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.5. Populasi dan Sampel

Populasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Minimarket Maswir. Berdasarkan data yang penulis peroleh, populasi penelitian diperkirakan rata-rata 100 orang konsumen perhari. Jadi dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 50 orang konsumen yang berbelanja di Minimarket tersebut. Pengambilan sampel dilakukan secara accidental sampling yaitu dengan cara memilih siapa saja yang berbelanja di Minimarket tersebut sebagai sampel.

2.6. Analisa Data

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian konsumen pada Minimarket Maswir di Air Tiris, maka penulis menggunakan analisis regresi linier berganda. Dimana metode statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variable independent terhadap variabel dependent. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS (Statistical Package for Social Science). Bentuk umum dari persamaan regresi linier berganda menurut Supranto (1998), sebagai berikut:

$$Y = a + bx_{1} + bx_{2} + bx_{3} + bx_{4} + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Konsumen

X1 = Produk

X2 = Harga

X3 = Promosi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

X4 = Tempat

e = Standar error

6.1. Analisis Data Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah suatu bentuk analisis yang penyajiannya dalam angka-angka yang dapat diukur dan dihitung. Tingkat ukuran yang dipakai dalam pengukuran variabel adalah dengan skala likert, dimana seorang responden dihadapkan pada beberapa pertanyaan kemudian diminta memberikan jawabannya (Algifari, 2011). Hasil perhitungan dari skor atau nilai kemudian digunakan dalam analisis statistik yang dilakukan dengan bantuan komputer, menggunakan SPSS untuk membuktikan hubungan dan pengaruh antar variabel-variabel penelitian dengan menggunakan uji data sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkapkan data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud. Valid tidaknya suatu item dapat diketahui dengan cara membandingkan indeks produk moment (r hitung) dengan nilai kritisnya yang mana r hitung dapat decanal dengan rumus (Ridwan, 2010:136).

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan y

X = Variabel bebas (bauran pemasaran)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

n = Jumlah responden

b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat ukur dapat dipercaya. Kehandalan berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang pada sampel yang berbeda. Apabila suatu alat ukur digunakan berulang dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat ukur tersebut dianggap handal (reliable). Sebaliknya, bila suatu alat ukur digunakan berulang dan hasil pengukuran yang diperoleh tidak konsisten, maka alat ukur tersebut dianggap tidak reliable.

Menurut Arikunto (2001:14), uji reliabilitas digunakan teknik Alpha Cronbach, dimana suatu alat dikatakan handal (reliable) bila memiliki koefisien kehandalan atau Alpha sebesar 0,6 atau lebih. Menurut Ridwan (2010:125), uji reliabilitas yaitu menganalisa reabilitas alat ukur dari satu kali pengukuran. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah Alpha yaitu sebagai berikut :

$$r_{11}=\left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1-\frac{\sum S_i}{S_t}\right)$$

Dimana :

r_{11} = Nilai reabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah variasi skor tiap-tiap

$\sum S_t$ = Jumlah variasi total

k = Jumlah item

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

6.2. Uji Koefisien Regresi Linear Berganda

6.2.1 Uji t

Digunakan untuk menguji berarti atau tidaknya hubungan variabel-variabel independent produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), tempat (X_4) dengan variabel dependent Keputusan konsumen (Y). Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan formulasi Hipotesis
   - H0 : $\beta = 0$, artinya variabel X_1, X_2, X_3 dan X_4 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Y
   - H0 : $\beta \neq 0$, artinya variabel X_1, X_2, X_3 dan X_4 mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Y
2. Menentukan derajat kepercayaan 95% (α=0,05)
3. Menetukan signifikansi
   - Nilai signifikansi (P value) <0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima
   - Nilai signifikansi (P value) >0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak
4. Membuat kesimpulan
   - Nilai signifikansi (P value) <0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel independent secara parsial mempengaruhi variabel dependent
   - Nilai signifikansi (P value) >0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel independent secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependent.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

6.2.2 Uji F (Uji Simultan)

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independent dan variabel dependent, apakah variabel produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), tempat (X_4) benar-benar berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependent Keputusan konsumen (Y).

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005)

1. Menentukan Formulasi Hipotesis
   - H0 : $\beta 1 = 0$, artinya variabel X_1, X_2, X_3 dan X_4 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel Y
   - H0 : $\beta 1 \neq 0$, artinya variabel X_1, X_2, X_3 dan X_4 mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel Y
2. Menentukan derajat kepercayaan 95% (α=0,05)
3. Menetukan signifikansi
   - Nilai signifikansi (P value) <0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima
   - Nilai signifikansi (P value) >0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak
4. Membuat kesimpulan
   - Bila (P value) <0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependent
   - Bila (P value) >0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel independent secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependent

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

6.2.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel Produk (*Product)*, Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Tempat *(Place)* akan diikuti oleh variabel terikat (Keputusan Konsumen) pada proporsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai R Square (R2). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Selanjutnya nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependent amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependent (Ghozali, 2005).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :