

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Lokasi / Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Juan Minimarket di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi, yang terletak di Jl. Imam Munandar Nomor 03 Benai – Kuansing Provinsi Riau. Sedangkan waktu penelitian berlangsung mulai tanggal 14 November 2017 hingga selesai.

### 3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang akan dianalisis dalam pembahasan ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

**Tabel 3.1  
Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Produk ( $X_1$ ) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, digunakan dan dikonsumsi (Kotler, 2007:17).	1. Bentuk ( <i>Form</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Bentuk minuman yang bervariasi</li> <li>– Ukuran kemasan</li> </ul>	Likert
	2. Kesan Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kualitas produk</li> <li>– Cita rasa yang bervariasi dan keunikan dalam aroma</li> </ul>	
	3. Desain ( <i>Design</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kemasan yang menarik</li> <li>– Kemasan yang mudah dibawa</li> </ul>	
Harga( $X_2$ ) Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk	1. Keterjangkauan Harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>– Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ul>	Likert

mendapatkan sebuah produk atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen (Kotler, 2007: 20).	2. Informasi Harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Daya saing harga</li> <li>– Harga yang terjangkau</li> </ul>	
Lokasi ( $X_3$ ) Lokasi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia pada konsumen sasaran (Kotler, 2007: 25).	1. Akses	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kemudahan akses lokasi</li> <li>– Lokasi yang strategis</li> </ul>	Likert
	2. Visibilitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Lingkungan yang mendukung</li> </ul>	
	3. Parkir yang Luas	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Tempat parkir yang luas dan aman</li> </ul>	
Keputusan Pembelian (Y) Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Setiadi, 2008:416).	1. Pengenalan Masalah	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Proses yang dimulai dengan pengenalan masalah keinginan akan suatu produk</li> </ul>	Likert
	2. Pencarian Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ketertarikan untuk melakukan pencarian informasi yang berhubungan dengan kebutuhan</li> </ul>	
	3. Evaluasi Alternatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kesesuaian atribut produk dengan keinginan atau kebutuhan</li> </ul>	
	4. Keputusan Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Melakukan pilihan yang dianggap paling dibutuhkan</li> </ul>	
	5. Perilaku Pasca Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Tingkat kepuasan konsumen</li> </ul>	

Sumber: Data Penelitian, 2017.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiono (2012:115), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian dipelajari.

Populasi dalam penelitian ini adalah Jumlah Penjualan Minuman Fanta pada Juan Minimarket di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi tahun 2016 yang berjumlah sebanyak 2116 botol. Dengan diasumsikan setiap satu orang konsumen membeli satu botol minuman fanta di Juan Minimarket.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiono (2012:115), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih kelompok yang akan dituju dan ditemui selama penelitian dengan berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Kriteria tersebut adalah para konsumen yang membeli minuman fanta di Juan Minimarket Kecamatan Benai Kuantan Singingi. Karena ukuran populasi tidak teridentifikasi, maka untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan

Perhitungan penentuan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{2116}{1 + 2116(0.1^2)}$$

$$n = \frac{2116}{21,17}$$

$$n = 99,95$$

$$n = 100 \text{ orang responden (pembulatan)}$$

Berdasarkan penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus *slovin*, maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden.

Teknik pengambilan sampel yang penulis gunakan yaitu melalui *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiono, 2012:116).

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini pada dasarnya ada 2 data. Adapun jenis dan sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah :

#### a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung diberikan data kepada pengumpul data. Yaitu data jumlah penjualan minuman fanta pada Juan Minimarket di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari buku, jurnal, artikel dari internet, dan berbagai sumber lainnya yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Observasi, yaitu digunakan untuk mendapatkan keterangan atau informasi yang berguna untuk melengkapi bahan yang dianggap perlu dalam penelitian ini.
- b. Kuesioner, yaitu merupakan pengumpulan data melalui angket atau daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden terpilih. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat berdasarkan skala likert dengan alternatif jawaban, yaitu: sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Selanjutnya data kualitatif yang sudah diangkakan tersebut diolah sesuai dengan teknik analisis data.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang akan digunakan penulis pada penelitian ini adalah dengan menggunakan :

- a. Metode Deskriptif, yaitu penganalisaan data yang bersifat penjelasan atau penguraian dari data atau informasi yang dikaitkan dengan teori yang mendukung pembahasan.
- b. Metode Kuantitatif, yaitu metode yang menunjukkan kepada peneliti dalam bentuk rumus-rumus. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam meminjam pada UED-SP di Desa Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan

Singingi, maka penulis menggunakan analisa regresi linier yang melibatkan beberapa variabel (X) dan (Y) (Iqbaal Hasan 2009:250).

Untuk mendapatkan hasil dari data variabel diatas, penulis mentransformasikan dari data kualitatif pada kuesioner menjadi kuantitatif dengan memberikan skor atau bobot nilai pada kuesioner dengan ketentuan sebagai berikut:

Kategori Pilihan Jawaban		Skor/Bobot Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
CS	Cukup Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Skala Likert.

## 1. Uji Instrumen Penelitian

### a. Uji Validitas

Uji validitas data yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai *Corrected Item Total Corelations* lebih besar dibandingkan 0,3 seperti yang dijelaskan (Sugiyono, 2010).

Bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 keatas, maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Item kuesioner yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu uji yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach*.

Hasil dari uji dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach* (Koefisien Alfa) > 0,60.

## 2. Uji Normalitas Data

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Jika data menyebar disekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi normal (Imam Ghozali, 2005: 35).

## 3. Menentukan Model dan Persamaan Regresi Linear Berganda

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

Dimana :

Y	= Keputusan Pembelian
X <sub>1</sub>	= Produk
X <sub>2</sub>	= Harga
X <sub>3</sub>	= Lokasi
a	= Konstanta
b	= Koefisien Regresi
ε	= Epsilon (Variabel Pengganggu)

Untuk mencari nilai a dan b digunakan rumus sebagai berikut :

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad a = Y - bX$$

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji F (Simultan)

Uji-f merupakan pengujian secara simultan (bersama-sama) hipotesis tentang parameter koefisien regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang nyata.

Sebagai dasar dalam pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat ( $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima).
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat ( $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak).

##### b. Uji t (Parsial)

Uji-t merupakan pengujian secara parsial (sendiri-sendiri) hipotesis tentang parameter koefisien regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang nyata.

Sebagai dasar dalam pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat ( $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima).



- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat ( $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak).

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

Untuk mengetahui besarnya persentase sumbangan variabel bebas secara bersama-sama (menyeluruh) terhadap variabel tak bebas dilakukan dengan cara menghitung angka koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari fungsi permintaan. Semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati 1) maka semakin tepat suatu regresi linier yang dipergunakan sebagai pendekatan terhadap hasil suatu penelitian. Persamaan regresi selalu disertai nilai  $R^2$  sebagai ukuran kecocokan.

Adapun rumus dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{b(n \sum xy - (\sum x)(\sum y))}{n \sum y^2 (\sum y^2)}$$