

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi/Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada D'Petiete Boutiqe yang beralamat di Jl. Balam Sukajadi Pekanbaru.

3.2 Operasional Variabel

Gambaran operasional variabel ini dapat dilihat sebagai berikut:

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Pilihan Produk (X1)	Pilihan produk adalah sesuatu yang dapat membuat perbedaan suatu produk, sehingga dapat menjadi ciri khas pada merek suatu produk tersebut pula akhirnya akan dapat membedakan dengan produk-produk sejenis merek lain pesaing (Kotler dan Amstrong, 2001)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan produk yang ditawarkan 2. Ketersediaan kebutuhan pelanggan akan produk 3. Ketersediaan banyak merek yang terkenal secara nasional yang ada 	Ordinal
Lokasi (X2)	Lokasi adalah letak toko yang pada daerah strategis sehingga terlihat dapat memudahkan seorang konsumen dalam mengunjungi sebuah toko yang mereka lihat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses lokasi yang mudah dijangkau 2. Tempat parkir yang luas dan amans 3. Lingkungan yang mendukung 	Ordinal

Pelayanan (3)	Suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keramahan karyawan kepada pelanggan. 2. Sikap jujur karyawan kepada pelanggan 3. Pelayanan memuaskan pelanggan 	Ordinal
Harga (X4)	Harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan unsur lainya menghasilkan biaya (Kotler, 2005)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Harga yang bersaing 3. Harga sesuai dengan kualitas produk 	Ordinal
Minat Beli (Y)	Minat beli merupakan suatu perilaku konsumen yang melandaskan suatu keputusan pembelian yang hendak dilakukan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan terhadap produk-produk yang ditawarkan 2. Ketersediaan produk dan kemudahan dalam membeli. 3. Situasi pembelian yang menyenangkan, terpenuhi kebutuhan 	Ordinal

Sumber: Data Penelitian, 2017.

3.3 Populasi Dan Sampel

Populasi adalah kumpulan individu atau proyek penelitian yang memiliki kualitas - kualitas serta ciri-ciri yang ditetapkan. Berdasarkan ciri

tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Untuk penelitian ini populasi yang digunakan ialah orang sudah berbelanja di D'Petiete Boutique pekanbaru dibulan juli 2015 sampai juni 2016. Populasinya sebesar 430 orang. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus slovin (Umar;2003:146).

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

Keterangan

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Error 10%²

Sehingga

$$n = \frac{430}{1 + 430(10\%)^2}$$

$$n = \frac{430}{1 + 4,30}$$

$$n = \frac{430}{5,30}$$

$$= 81,13 \text{ (dibulatkan menjadi 81 orang)}$$

Dari perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 81 orang. Penentuan sampel dalam penelitian ini bersifat tidak acak (*non - probability sampling*), dimana

anggota populasi tidak diberi peluang yang dapat dihitung untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan memilih siapa yang kebetulan ada/dijumpai.

3.4 Jenis dan Sumber Data

a. Data primer

Data primer adalah data yang penulis kumpulkan dan diolah dari hasil wawancara dan daftar pertanyaan (kuisisioner) terhadap responden yang dijadikan sebagai sampel.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh penulis dari toko yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Seperti perkembangan jumlah penjualan, besarnya permintaan konsumen, struktur organisasi perusahaan dan sejarah singkat perusahaan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha memperoleh data yang dibutuhkan, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah.

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 Teknik Analisis Data

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu, sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Tujuan teknik analisis data adalah untuk mengintegrasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul.

Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif adalah bentuk analisa yang berdasarkan dari data yang dinyatakan dalam bentuk uraian. Data kualitatif ini merupakan data yang hanya dapat diukur secara langsung. Proses analisis kualitatif ini dilakukan dalam tahapan sebagai berikut :

1. Pengeditan (*Editing*),

Pengeditan (*Editing*) adalah memilih atau mengambil data yang perlu dan membuang data yang dianggap tidak perlu, untuk memudahkan perhitungan dalam pengujian hipotesa.

2. Pemberian Kode (*Coding*)

Proses pemberian kode tertentu terhadap macam dari kuesioner untuk kelompok kedalam kategori yang sama.

3. Pemberian Skor (*Scoring*)

Mengubah data yang bersifat kualitatif kedalam bentuk kuantitatif. Dalam penelitian ini urutan pemberian skor menggunakan skala Likert. Tingkatan skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Sangat Setuju (SS) = Diberi bobot / skor 5, Setuju (S) = Diberi bobot / skor 4, Netral (N) = Diberi bobot / skor 3, Tidak Setuju (TS) = Diberi bobot / skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) = Diberi bobot / skor 1

4. *Tabulating*

Pengelompokan data atas jawaban dengan benar dan teliti, kemudian dihitung dandijumlahkan sampai berwujud dalam bentuk yang berguna. Berdasarkan hasil tabel tersebut akan disepakati untuk membuat data tabel agar mendapatkan hubungan atau pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

2. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah bentuk analisa yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik.

Adapun alat analisis yang digunakan, antara lain :

1. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,05$

2. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai r tabel. Jika r hitung $> r$ tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas, yaitu produk (X_1), lokasi (X_2), pelayanan (X_3), harga (X_4) mempengaruhi (secara positif atau negatif) variabel terikat, yaitu Minat Beli (Y). Bentuk matematisnya secara umum adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

dimana :

Y = Minat Beli

b_1 = Koefisien regresi dari variabel X_1 (Pilihan Produk)

b_2 = Koefisien regresi dari variabel X_2 (Lokasi)

b_3 = Koefisien regresi dari variabel X_3 (Pelayanan)

b_4 = Koefisien regresi dari variabel X_4 (Harga)

X_1 = Produk

X_2 = Lokasi

X_3 = Pelayanan

X_4 = Harga

e = standar error