

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) karena peneliti mengamati langsung pada objek yaitu konsumen pada Pasar Kaliwuloh Raguklampitan Jepara. Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan langsung di lapangan atau masyarakat, guna mendapatkan data penelitian secara langsung dari responden, yang berarti bahwa data penelitian didapat langsung dari objek penelitian.¹

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, guna menganalisis data penelitian yang berupa angka-angka yang diperoleh dengan metode statistik.² Pada penelitian ini terdapat tiga variabel bebas, antara lain lokasi, harga dan keberagaman produk, serta keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

B. Setting Penelitian

Lokasi penelitian berada di Pasar Kaliwuloh yang berada di Desa Raguklampitan, Kecamatan Batealit, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah 59461. Peneliti akan datang langsung ke pasar untuk memperoleh data yang diperlukan, melakukan pengamatan terhadap lokasi agar mendapatkan informasi yang lengkap guna materi bahan penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi diartikan sebagai sekelompok atau keseluruhan objek penelitian yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang akan dikaji atau diteliti lalu ditarik kesimpulannya.³ Pada penelitian ini populasi yaitu masyarakat atau konsumen

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 8-11.

² Sugiyono, *Metode Penelitian*, 13.

³ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 61

yang berbelanja di Pasar Kaliwuloh Jepara. Bisa dikatakan pada penelitian ini populasinya tidak dapat diketahui pasti jumlahnya atau tidak terbatas.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian.⁴ Oleh karena berbagai alasan, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu sehingga peneliti tidak memungkinkan meneliti seluruh populasi maka pengambilan sejumlah sampel tertentu diharapkan mampu mewakili (representatif) objek yang diteliti, oleh karena itu peneliti menggunakan kaidah-kaidah dalam penelitian baik dalam menentukan jumlah sampel yang digunakan maupun cara memilihnya sehingga hasil penelitian bersifat ilmiah dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel di mana peluang anggota mana pun dapat dipilih untuk dijadikan sampel atau memberikan peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁵

Karena jumlah populasi tidak terbatas, maka metode pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Accidental sampling*, yaitu konsumen atau pembeli pasar yang kebetulan ditemui pada saat penelitian dan bersedia memberikan tanggapan atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dengan lengkap dan benar.⁶

Untuk menentukan besarnya jumlah mengacu pada pendapat dari Uma Sekaran yang dikutip oleh Tony Wijaya, yaitu analisis multivariat jika jumlah populasinya tidak diketahui secara jelas adalah membutuhkan 25 kali variabel independen.⁷ Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel independen (lokasi, harga dan keberagaman produk), jadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 orang (25×3). Jumlah sampel tersebut dianggap memenuhi ketentuan sampel baik menurut Uma Sekaran.

⁴ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 62.

⁵ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 65.

⁶ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 67.

⁷ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 30.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi mengenai ukuran atau batasan variabel yang akan bersangkutan. Variabel adalah apasaja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dikaji secara mendalam sehingga memperoleh kesimpulan mengenai objek yang diteliti.⁸

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variabel*)
 - a. Lokasi sebagai variabel bebas yang pertama (X_1)
 - b. Harga sebagai variabel bebas yang kedua (X_2)
 - c. Keberagaman produk sebagai variabel bebas yang ketiga (X_3)
2. Variabel terikat (*dependent variabel*)
Keputusan pembelian sayuran (Y) di Pasar Tradisional Kaliwuloh sebagai variabel terikat.

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Lokasi (X_1)	Lokasi adalah letak, tempat usaha yang strategis dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk berbelanja.	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir yang luas, nyaman, aman. 5. Ekspansi 6. Lingkungan	Skala Likert
Harga (X_2)	Harga adalah sejumlah uang yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain sebagai	1. Harga yang terjangkau 2. Kesesuaian antara harga dan	Skala Likert

⁸ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 3.

	imbalan atas satu unit barang atau jasa. ⁹	<ol style="list-style-type: none"> 3. Kesesuaian antara harga dan manfaat 4. Harga relatif lebih murah dari pesaing. 	
Keberagaman Produk (X ₃)	Menurut Kotler keberagaman produk adalah kumpulan produk dengan berbagai jenis yang ditawarkan penjual agar dapat dibeli konsumen. ¹⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran produk yang beragam 2. Jenis produk yang beragam 3. Bahan (bibit) produk yang beragam 4. Desain (bentuk) produk yang beragam 5. Kualitas produk yang beragam 	Skala Likert
Keputusa	Kunci perilaku	1. Kebutuhan	Skala

⁹ Riyono dan Gigih Erlik Budiharja, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati”, *Jurnal STIE Semarang*, 8, no. 2 (2016): 100.

¹⁰ Reza Dani Prastika dan Sugiono, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada *Leopard Café* Way Jepara Lampung Timur”, *Jurnal Dinamika*, 3, no.1 (2017):39-40.

<p>n Pembelian n (Y)</p>	<p>konsumen, dimana konsumen melakukan tindakan sehubungan dengan konsumsi produk atau jasa yang dibutuhkan.</p>	<p>yang dirasakan 2. Kegiatan sebelum membeli 3. Perilaku sewaktu memakai 4. Perilaku pasca pembelian</p>	<p><i>Likert</i></p>
----------------------------------	--	---	----------------------

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data bisa dilakukan dengan berbagai cara dan berbagai sumber sesuai kebutuhan. Teknik pengumpulan data bisa dilakukan dengan 3 (tiga) cara yaitu melalui wawancara (interview), angket (kuesioner) dan observasi (pengamatan). Berkenaan dengan jenis penelitian (kuantitatif) yang akan dilakukan pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode angket atau kuesioner.

Metode angket atau bisa juga disebut dengan metode kuesioner (*questionnaire*/daftar pertanyaan) merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis untuk dijawab oleh responden.¹¹ Pertanyaan yang ada dalam kuesioner merupakan pertanyaan dengan jawaban tertutup, pilihan jawaban sudah tersedia didalamnya dengan tujuan untuk menentukan skala pengukuran.¹² Untuk mengukur skala sikap yang lazim digunakan adalah Skala Liker mempunyai gradasi skor 1-5.¹³ Responden pada penelitian ini ialah para konsumen yang berbelanja di Pasar Kaliwuloh Jepara.

¹¹ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 130.

¹² M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, 130.

¹³ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 82.

Tabel 3.2
Alternatif jawaban dengan skala likert, sebagai berikut :

Symbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat tidak Setuju	1

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Valid berarti alat atau instrumen yang hendak digunakan untuk mengukur mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, instrumen yang digunakan harus mampu memberikan hasil pengukuran yang tepat dan benar. Uji validitas bertujuan untuk menguji sah atau tidaknya jawaban seseorang atas indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini berupa pertanyaan dan pernyataan yang diajukan oleh peneliti kepada responden sebagai objek penelitian. Suatu instrumen diketahui valid tidaknya dapat dilihat dengan cara membandingkan nilai hasil perhitungan SPSS dengan r tabel. Data dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.¹⁴

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berarti sebuah alat mampu mengukur suatu yang diukur secara tetap atau sama pada waktu pengukuran yang berbeda-beda.¹⁵ Jadi syarat untuk alat dikatakan memiliki kualifikasi reliabel adalah tetap atau tidak berubah. Menurut Sugiyono instrumen yang reliabel ialah instrumen yang bila digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama hasilnya akan tetap sama walaupun dengan waktu yang berbeda.¹⁶ Untuk menguji reliabilitas suatu variabel acuan yang digunakan adalah nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

¹⁴ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 51.

¹⁵ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 172.

¹⁶ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), 134.

G. Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji antar variabel-variabel bebas dalam model regresi apakah ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas dan variabel terikat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas. Jika variabel bebas lebih dari satu maka perlu dilakukannya uji multikolinearitas.¹⁷

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas dapat diketahui dari hasil uji dengan melihat nilai VIF (*Varianc Inflation Factor*) dan *Tolerance Value*. Menganalisis korelasi antar variabel bebas, apabila nilai *tolerance* $< 0,1$ atau nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas, dan sebaliknya jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.¹⁸

2. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya Uji normalitas adalah untuk menguji apakah distribusi normal atau tidak dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas.¹⁹ Untuk mengetahui normal tidaknya dapat dilihat dari *normal probability plot*, Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka hal tersebut menunjukkan distribusi normal, jika data menyebar jauh dari garis diagonal maka tidak menunjukkan distribusi normal.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui varian variabel dalam pengamatan tidak sama. Apabila varian dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi homokedastisitas.

¹⁷ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, 99.

¹⁸ Anwar Hidayat, *Tutorial uji Multikolinieritas dan Cara Baca Multikolinieritas*, 16 November 2016, diakses pada 25 Oktober 2019. <https://www.statistikian.com/2016/11/uji-multikolinearitas.html>.

¹⁹ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, 90.

Ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatter plot*. Tidak terjadi heterokedastisitas apabila titik-titik data menyebar di atas dan di bawah nol dan tidak pula membentuk suatu pola tertentu.²⁰

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Dilakukannya analisis regresi linier berganda adalah untuk mengetahui apakah variabel bebas (lokasi, harga dan keberagaman produk) mempengaruhi variabel terikat (keputusan pembelian).²¹ Analisis regresi digunakan bila terdapat hubungan kausal atau fungsional antara variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan konsep dan teori yang berlaku.

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y' = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi Lokasi

b_2 = Koefisien regresi Harga

b_3 = Koefisien regresi Keberagaman Produk

X_1 = Lokasi

X_2 = Harga

X_3 = Keberagaman Produk

Nilai Konstanta dan Koefisien Regresi masing-masing variabel mengacu pada hasil / output regresi linier berganda melalui perhitungan SPSS dalam tabel *Coefficients* pada kolom *Unstandardized Coefficients* kolom B.

²⁰ Muhammad Iqbal, *Pengolahan Data dengan Regresi Linier Berganda (dengan SPSS)*, Dosen Perbanas Institute Jakarta, 10-11 diakses pada 25 Oktober 2019. <https://dosen.perbanas.id/wp-content/uploads/2015/05/Regresi-Linier-Berganda-SPSS1.pdf>

²¹ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 127.

2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yaitu output utama dari analisis regresi. Outputnya ditafsirkan sebagai proporsi varians dalam variabel dependen yang dapat diprediksi dari variabel independen. Pada intinya Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas yang ada dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berada di antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki kemampuan dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang rendah, sedangkan nilai Koefisien Determinasi yang mendekati satu berarti memiliki hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel dependen.²²

3. Uji t (uji parsial)

Tujuan dilakukannya uji t yaitu untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen (lokasi/harga/keberagaman produk) secara individual terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Adapun perumusan Hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. H_0 : Diduga tidak ada pengaruh antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.
- b. H_a : Diduga ada pengaruh antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} .

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya masing-masing variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.²³

²² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), 164.

²³ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 128.

4. Uji F (uji simultan)

Uji F digunakan guna menguji apakah variabel independen (lokasi, harga dan keberagaman produk) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).²⁴

Adapun perumusan Hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. H_0 : Diduga tidak ada pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
- b. H_a : Diduga ada pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai f_{tabel} dan f_{hitung} .

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya masing-masing variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

²⁴ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 127.