

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Jenis Dan Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), karena penulis terlibat langsung dalam penelitian. *Field research* adalah jenis penelitian yang berhubungan dengan peneliti yang terlibat dalam lapangan penelitiannya.<sup>1</sup> Penelitian ini ditujukan untuk memperoleh bukti empirik, menguji dan menjelaskan pengaruh *layout* dan *display* terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>2</sup> Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen dan satu variabel dependen sebagai akibat dari adanya variabel independen.

##### B. Jenis dan Sumber Data

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu.<sup>3</sup>

###### 1. Data Primer

Data primer atau data tangan pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai

---

<sup>1</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 32.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 8.

<sup>3</sup> Moh. Pabundu Tika, *Metode Riset Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta, 2006, hlm. 57.

sumber informasi yang dicari.<sup>4</sup> Data primer ini diperoleh secara langsung dari responden yang terdiri atas konsumen toko Mubarookfood Cipta Delicia dengan menggunakan instrumen kuesioner.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>5</sup> Dengan kata lain, populasi merupakan keseluruhan individu dalam wilayah penelitian yang menjadi subyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah 1500 konsumen toko Mubarookfood Cipta Delicia .

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>6</sup> Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di toko Mubarookfood Cipta Delicia selama penelitian berlangsung.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode teknik sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang cocok sebagai sumber data.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1998, hlm. 91.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 80.

<sup>6</sup> *Ibid*, hlm. 81.

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm. 84-85.

Untuk menentukan ukuran sampel yang akan diambil dalam penelitian ini berdasarkan pandangan Slovin sebagaimana dikutip oleh Sedarmayanti dengan rumus sebagai berikut:<sup>8</sup>

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : proses kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat diinginkan : 10%

Berdasarkan besarnya populasi di atas, maka besarnya sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{1500}{1 + 1500(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1500}{16}$$

$$n = 93,75$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh besarnya sampel sebanyak 93,75 dan kemudian dibulatkan menjadi 94 responden.

#### D. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Macam-macam variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel independen : variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya

---

<sup>8</sup> Sedarmayanti dan Syarifudin, *Metodologi Penelitian*, Mandar Maju, Bandung, 2002, hlm. 143.

variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah tata letak (X1) dan *display* (X2).

2. Variabel dependen : variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>9</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen (Y).

### E. Definisi Operasioanal

**Tabel 3.1**

No	Variabel	Definisi Dimensi	Indikator	Skala
1.	<i>Tata Letak</i> (X1)	Layout atau tata letak berkaitan erat dengan alokasi ruang guna penempatan produk yang dijual. Layout merupakan pemetaan area yang dirancang sebagai tempat menjual suatu produk untuk membantu konsumen berbelanja dan pencarian barang yang akan dibeli. <sup>10</sup>	1. Alokasi luas ruangan yang sesuai 2. Penempatan meja/kursi yang sesuai Lokasi 3. penempatan ruangan yang baik <sup>11</sup>	Likert
2.	<i>Display</i> (X2)	Penataan produk ( <i>display</i> ) adalah suatu cara penataan produk,	1. Perabotan yang menarik 2. Papan tanda yang menarik 3. Dekorasi dinding yang	Likert

<sup>9</sup> Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 39.

<sup>10</sup> Ngadiman, *op cit*, Hlm. 327.

<sup>11</sup> Fransisca Andreani, Monika Kristanti, Adiguna Yapola, *op cit*, Hlm. 66.

		terutama produk barang yang diterapkan oleh perusahaan tertentu dengan tujuan untuk menarik minat konsumen. <sup>12</sup>	menarik <sup>13</sup>	
3.	Keputusan pembelian konsumen (Y)	Menurut Philip Kotler Keputusan Pembelian yaitu : “beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. <sup>14</sup>	1. Pengenalan kebutuhan masalah 2. Pencarian informasi 3. Penilaian alternative 4. Keputusan membeli 5. Perilaku pascapembelian <sup>15</sup>	Likert

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu kegiatan dalam pengumpulan data yang diperuntukkan dalam penyusunan skripsi. Pengumpulan data tersebut dimaksudkan untuk memperoleh data-data yang relevan dan akurat. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuesioner (angket).

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel

<sup>12</sup> Dian Yudhiartika dan Jony Oktavian Haryanto, op cit, Hlm. 145.

<sup>13</sup> Fransisca Andreani, Monika Kristanti, Adiguna Yapola, op cit, Hlm. 66.

<sup>14</sup> Desri noviyanti, Yunelly asra dan Rosmida, op cit, hlm. 3.

<sup>15</sup> Philip Kotler, op cit, Hlm. 207.

yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.<sup>16</sup>

Angket sebagai alat untuk mengetahui pemahaman karyawan tentang sumber daya manusia, pengelolaan yang amanah, dan perkembangan usaha. Peneliti menggunakan metode angket dengan beberapa pertimbangan, yaitu:

1. Dibagikan serentak kepada responden.
2. Responden dapat bebas, jujur, dan tidak malu-malu menjawab.
3. Dapat dibuat terstandar sehingga bagi semua responden dapat diberi pertanyaan yang sama.

Dalam penelitian ini kuesioner yang disusun berupa penilaian skala pemahaman. Terdiri dari butir-butir pertanyaan atau pernyataan mengenai teori sumber daya manusia, pengelolaan yang amanah, dan perkembangan usaha yang disertai jawaban acuan dengan bobot nilai yang berbeda. Model skala dalam penyusunan kuesioner ini adalah model *likert*. Model skala *likert* menggunakan lima rentetan kategori respon. Terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Dengan pemberian bobot yang ditetapkan sebagai berikut:<sup>17</sup>

**Tabel 3.2** Skala *Likert*

KATEGORI	BOBOT
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

<sup>16</sup> *Ibid*, hlm. 142.

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit.*, hlm. 133.

## G. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala. Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total), perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor item total. Dari hasil perhitungan korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05.<sup>18</sup> Artinya suatu item dianggap valid jika skor total lebih besar dari 0,05.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.<sup>19</sup> Adapun pengujiannya menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, dimana dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6.

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel

---

<sup>18</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, 2010, hlm. 90.

<sup>19</sup>*Ibid*, hlm. 97.

ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi. Nilai yang umum dipakai adalah nilai *Tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10.<sup>20</sup>

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi.<sup>21</sup>

Pengujian ini bertujuan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas .

Apabila nilai probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5 persen dan grafik Scatterplot, titik-titik menyebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas. Selain dapat dideteksi dengan menggunakan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001, hlm. 105.

<sup>21</sup> Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 83.

<sup>22</sup> Imam Ghazali, *Op.Cit.*, hlm. 139.

### 3. Uji Autokorelasi

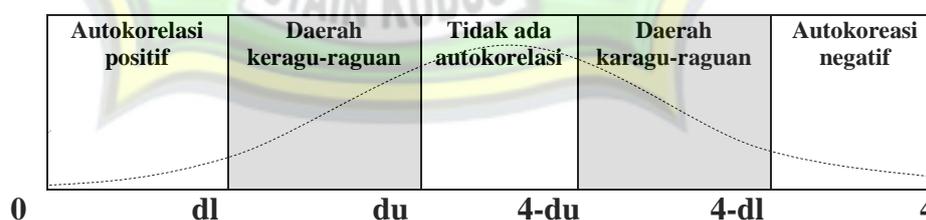
Uji autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode  $t$  dengan residual pada periode sebelumnya  $(t-1)$ <sup>23</sup>.

Jika terjadi autokorelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang beruntutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi, Metode pengujian menggunakan uji Durbin-watson (DW test). Pengambilan keputusan Durbin Watson adalah sebagai berikut :

- $DU < DW < 4-DU$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- $DW < DL$  atau  $DW > 4 - DL$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terjadi autokorelasi positif atau terjadi autokorelasi negative
- $DL < DW < DU$  atau  $4-DU < DW < 4-DL$ , artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti, yakni tidak ada autokorelasi positif atau tidak ada autokorelasi negatif.<sup>24</sup>

Gambar 3.1



<sup>23</sup> Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 172.

<sup>24</sup> Imam Ghozali, *Op.Cit*, hlm. 110.

#### 4. Uji Normalitas

Uji Normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal P-P Plot of regression standardized residual (metode grafik) atau dengan uji *One Sapel Kolmogorov Sminrov*.

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform*, atau *exponential*. Dalam hal ini untuk mengetahui residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0.05, Duwi Prayitno<sup>25</sup>

### I. Teknik Analisis Data

#### 1. Statistik Deskriptif

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.<sup>26</sup> Yang termasuk dalam statistik deskriptif adalah penyajian data dengan tabel, grafik, diagram lingkaran, piktogram, perhidungan modus, median, mean, persentase dan standar deviasi.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 144.

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2013, hal. 147.

<sup>27</sup> *Ibid.*, hal. 115-116.

Analisis dari penelitian ini menggunakan *software SPSS* versi 16, yaitu untuk menguji pengaruh tata letak dan *display* terhadap keputusan pembelian konsumen.

## 2. Uji Statistik

### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.<sup>28</sup>

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi linier berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

$X_1$  : Tata letak

$X_2$  : *Display*

$Y$  : Keputusan Pembelian Konsumen

$a$  : Konstanta

$b_1$  : Koefisien regresi antara tata letak dengan keputusan pembelian konsumen pada toko Mubarookfood Cipta Delicia

$b_2$  : Koefisien regresi antara *display* dengan keputusan pembelian konsumen pada toko Mubarookfood Cipta Delicia

$e$  : *Standar eror*<sup>29</sup>

### b. Uji signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

<sup>28</sup> Dwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 61.

<sup>29</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik*, Edisi 2, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hlm 296.

Uji signifikansi parameter parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Uji signifikansi parameter individual dilakukan dengan uji statistik t.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{\text{hitung}}$  dengan  $t_{\text{tabel}}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- 2) Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- 3) Jika  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima
- 4) Jika  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak<sup>30</sup>

**c. Koefisien determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel dependen.

---

<sup>30</sup> Duwi Priyatno, *Op.Cit.*, hal. 69.