

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian *Field Research* atau studi lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara instensif, terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi atau lembaga tertentu. Dalam penelitian ini, penulis lakukan penelitian di pasar bitingan Kudus. Selain penelitian lapangan penulis juga menggunakan *Library Research* atau penelitian kepustakaan yaitu dengan membaca buku, laporan-laporan karya ilmiah dan lain sebagainya. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistik.<sup>1</sup> Untuk menjawab masalah dan menguji hipotesis jenis penelitian kuantitatif dengan metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes wawancara terstruktur dan sebagainya.<sup>2</sup>

##### B. Sumber Data

Sesuai dengan latar belakang masalah, maka sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

###### 1. Sumber Data Primer

Data primer atau yang pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber objek sebagai sumber informasi yang diberi. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Responden yang menjawab daftar kuesioner tersebut adalah konsumen yang membeli buah di pasar Bitingan Kudus pada tahun 2016.

---

<sup>1</sup>Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Belajar, Yogyakarta, 1997, hlm. 5.

<sup>2</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2008, hlm. 11.

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.<sup>3</sup> Data sekunder ini peneliti peroleh dari dokumen, arsip, buku-buku literatur dan media alternatif lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Data-data ini diperoleh dari dokumentasi, pengamatan di pasar Bitingan Kudus, buku-buku dan jurnal penelitian yang mendukung bagi penelitian ini.

## C. Populasi dan Sample

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penentu untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang membeli buah di pasar Bitingan Kudus, oleh karena itu populasi ini merupakan populasi tak terbatas karena tidak dapat diketahui secara pasti jumlah sebenarnya dari konsumen yang datang membeli buah ke pasar Bitingan Kudus.

### 2. Sample

Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Mengingat identitas populasi sudah diketahui maka, prosedur pencarian responden dilakukan berdasar sampling aksidental, yaitu teknik penentuan sample berdasarkan spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel.<sup>5</sup>

Untuk mewakili seberapa banyak sample minimal yang mewakili populasi konsumen yang membeli buah di pasar Bitingan Kudus maka

---

<sup>3</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Alfabeta, Bandung, 2013, hal. 193.

<sup>4</sup>*Ibid*, hlm. 115.

<sup>5</sup>Riduwan dan Akdon, *Rumus dan Aplikasi Statistika*, Alfabeta, Bandung, 2006, hlm. 247.

digunakan pendapat Roscoe yang menyatakan bahwa bila penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah sample minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.<sup>6</sup> Pada penelitian ini, variabel penelitiannya ada 5 (independen dan dependen), maka jumlah anggota sample =  $10 \times 5 = 50$ .

#### D. Definisi Operasional

Variabel dan definisi operasional akan dijelaskan sebagaimana tabel berikut:

**Tabel 3.1**

##### **Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Keluarga ( $X_1$ )	Keluarga adalah suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan. <sup>7</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inisiatif</li> <li>2. Pemberi pengaruh</li> <li>3. Penyalur informasi</li> <li>4. Pengambilan keputusan</li> <li>5. Pembelian</li> <li>6. `pemakai<sup>8</sup></li> </ol>	<i>Likert</i>
Harga ( $X_2$ )	Harga ( <i>Price</i> ) adalah Sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Tingkat harga</li> <li>b. Potongan harga</li> <li>c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>d. Keterjangkauan harga</li> </ol>	<i>Likert</i>

<sup>6</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif & R & D)*, Alfabeta, Bandung, 2012, hlm 130.

<sup>7</sup>Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen, Op.Cit*, hlm. 37.

<sup>8</sup>*Ibid* 37.

	dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. <sup>9</sup>	e. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya beli f. Kesesuaian harga dengan manfaat. <sup>10</sup>	
Produk (X <sub>3</sub> )	Produk ( <i>Product</i> ) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi, dan gagasan atau buah pikiran. <sup>11</sup>	a. Mutu atau kualitas b. Pilihan yang ada ( <i>options</i> ) c. Jenis ( <i>product lines</i> ) d. Macam ( <i>product items</i> ). <sup>12</sup>	<i>Likert</i>
Tempat Belanja (X <sub>4</sub> )	Tempat Belanja adalah meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan usaha untuk	a. Kenyamanan lokasi b. Kecepatan pelayanan c. Kemudahan dalam mencari barang	<i>Likert</i>

<sup>9</sup>Jackson R.S. Weenas, *Op.Cit*, hlm 609.

<sup>10</sup>*Ibid*, hlm. 611.

<sup>11</sup>Sofjan Assauri, *Op Cit*, hlm 182.

<sup>12</sup>*Ibid*, hlm 182.

	menyampaikan barang- barang hasil produksi sutu perusahaan dari produsen kepada calon pembeli atau kepada calon konsumen. <sup>13</sup>	d. Harga e. Aneka pilihan barang f. Pelayanan yang ditawarkan g. Kaliber tenaga penjualnya h. Penampilan toko yang menarik <sup>14</sup>	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah Tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. <sup>15</sup>	a. Pengenalan masalah b. Pencarian Informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku pasca pembelian. <sup>16</sup>	<i>Likert</i>

Dalam metode survei didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang berifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut, sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), ragu-ragu (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1). Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.<sup>17</sup>

<sup>13</sup>Mursid, *Op.Cit*, hlm. 85.

<sup>14</sup>Eliza,dkk, *Op.Cit*, hlm18-19.

<sup>15</sup>Philip Kotler, *Op.Cit*, hlm. 204.

<sup>16</sup>*Ibid*, hlm 205.

<sup>17</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Op.Cit*, hlm. 193.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner dan metode dokumentasi.

### 1. Kuesioner

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 diketahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan Metode Angket (Kuesioner).<sup>18</sup>

Kuesioner terdiri dari pertanyaan atau pernyataan yang meliputi variabel Keluarga ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Produk ( $X_3$ ), Tempat Penjual ( $X_4$ ), keputusan Pembelian ( $Y$ ). Dan angket didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan lamanya bekerja. Pertanyaan ini digunakan untuk menganalisa jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan tertutup karena taraf kognisi akan menjadi faktor penting dalam menjawab pertanyaan tertutup.

### 2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, tetapi melalui dokumen. Dokumen adalah catatan tertulis yang isinya merupakan pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa, dan berguna bagi sumber data, bukti, informasi kealamiah yang sukar diperoleh, sukar ditemukan, dan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.<sup>19</sup> Dokumentasi diperoleh dari lokasi tempat penelitian di pasar Bitingan Kudus.

---

<sup>18</sup>Sugiyono, *Op.Cit.*, hlm. 142.

<sup>19</sup>Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, CV Pustaka Setia, Bandung, 2011, hlm. 183.

## F. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas Instrumen

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner valid dan reliabel. Maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk. Apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item item pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.<sup>20</sup>

### 2. Realibilitas Instrumen

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrumen pengukuran dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0.06.

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur harusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten.<sup>21</sup>

Di dalam penelitian ini digunakan skala likert untuk memberi arti bagi jawaban responden yang dinyatakan dengan nilai 1-5. Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tersebut valid dan reliabel, maka dilakukan uji validitas membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* lebih besar 0,06.

---

<sup>20</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Media Kom, Yogyakarta, 2010, hlm. 90.

<sup>21</sup>Husein Umar, *Metode Riset Bisnis, Op.Cit*, hlm.113.

## G. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.<sup>22</sup> Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Faktor* (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 toleransi 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.<sup>23</sup>

### 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$ . Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang menggunakan titik kritis, yaitu batas bawah ( $d_l$ ) dan batas atas ( $d_u$ ). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *Intercept* (konstanta) dalam model regresi, serta tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas.

<sup>22</sup>Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Media Ilmu Press, Kudus, 2010, hal. 180.

<sup>23</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001, hal. 92.

Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai DW terletak antara batas atas atau *Upper bound* ( $du$ ) dan ( $4-du$ ), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- b) Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah atau *Lower Bound* ( $dl$ ), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- c) Bila nilai DW lebih besar dari ( $4-dl$ ), maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- d) Bila nilai DW terletak di antara atas ( $du$ ) dan batas bawah ( $dl$ ) atau DW terletak antara ( $4-du$ ) dan ( $4-dl$ ), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.<sup>24</sup>

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.

Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak normal dapat dilakukan beberapa cara, yaitu:

- a) Tes statistik berdasarkan *kurtosis* dan *skewness*.
- b) Tes statistik berdasarkan *tes of normality* (*Shapiro-Wilk* dan *kolmogorov Smirnov test*).<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup>Masrukin, *Op.Cit.*, hal.183-184.

#### 4. Uji Data Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

#### H. Analisis Data Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui adakah hubungan antara variabel bebas yaitu faktor keluarga ( $X_1$ ), faktor harga ( $X_2$ ), faktor produk ( $X_3$ ), faktor tempat tempat belanja ( $X_4$ ) dengan variabel terikat yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ).

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut:<sup>26</sup>

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Dimana :

$Y$  : Variabel keputusan pembelian

$A$  : Konstanta

$X_1$  : Keluarga

$X_2$  : harga

$X_3$  : produk

$X_4$  : Tempat belanja

$b$  : koefisien regresi

---

<sup>25</sup>*Ibid.*, hal.187-188.

<sup>26</sup>Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika I(Statistik Deskriptif)*, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hal. 269.

$e$  : Standar eror

1. Uji-t (Signifikansi Parameter Parsial)

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara  $T_{hitung}$  dan  $T_{tabel}$  dengan ketentuan:

$T_{hitung} > T_{tabel} = H_0$  ditolak (ada pengaruh)

$T_{hitung} < T_{tabel} = H_0$  diterima (tidak ada pengaruh)

2. Menghitung Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung semakin besar, hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerapkan variasi variabel tergantung.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup>Imam Ghozali, *Op. Cit.*, hal. 44-45.