

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan atau dilingkungan tertentu.¹ Lebih jelasnya penelitian ini dilakukan di lingkungan Toserba Berkah Bangsri Jepara. Sedangkan Pendekatan penelitian yang diterapkan dalam judul “Pengaruh Diskon Harga, Varian Produk dan Citra Toko Terhadap Minat Beli Konsumen di Toserba Berkah Bangsri-Jepara” menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis).² Dimana pendekatan kuantitatif ini dilakukan dengan mengambil data secara numerik untuk mengetahui pengaruh antara variabel diskon harga, varian produk dan citra toko dengan minat beli konsumen di Toserba Berkah Bangsri Jepara.

B. Sumber Data

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu.³ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, data primer yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari.⁴ Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban para responden terhadap kuesioner yang telah disebarkan oleh peneliti. Adapun responden yang mengisi kuesioner adalah

¹. Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rieneka cipta, Jakarta, 1998, hlm. 11.

² Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Belajar, Yogyakarta, 1997, hlm 5.

³ Moh. Pabundutika, *Metode Riset Bisnis*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2006, hlm. 57.

⁴ Saifuddin Azwar, *Op. Cit.*, hlm. 5.

konsumen di Toserba Berkah. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.⁵ Data sekunder dalam penelitian ini meliputi gambaran umum perusahaan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam metode penelitian kata populasi amat populer, digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁶ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen di Toserba Berkah.

2. Sampel

Sampel, menurut Sugiyono, adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁷ Penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁸ Jenis metode *Nonprobability sampling* yang digunakan adalah *Insidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ *insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang ditemui dipandang cocok sebagai sumber data.⁹

⁵ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana, Jakarta, 2005, hlm. 132.

⁶ *Ibid*, hlm. 109.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 81.

⁸ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 14-146.

⁹ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 14-146.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada konsumen Toserba Berkah sebanyak 155 orang responden dengan tingkat signifikansi sebesar 5%.

D. Tata variable penelitian

Variable 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.¹⁰

Macam-macam variable dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi :

- 1) Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang nilai-nilainya tidak bergantung pada variabel lainnya, biasanya disimbolkan dengan X. Variabel itu digunakan untuk meramalkan atau menerangkan nilai variabel yang lain.¹¹ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah diskon harga (X_1), varian produk (X_2) dan citra toko (X_3).
- 2) Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang nilai-nilainya bergantung pada variabel lainnya, biasanya disimbolkan dengan Y. Variabel itu merupakan variabel yang diramalkan atau diterangkan nilainya.¹² Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli (Y)

E. Definisi operasional variabel

Definisi operasional variabel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁰ *Ibid*, hlm. 38 .

¹¹ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, Bumi Aksara, Jakarta, 2005, hlm. 227.

¹² *Ibid*, hlm. 227.

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi operasional	Dimensi	Indikator	Skala	Referensi
Diskon harga (X_1)	Strategi mengurangi harga untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan yang memberikan tanggapan seperti membayar lebih awal produk tau mempromosikan produk.		a. Harga referensi internal, yaitu pengalaman dan pengetahuan konsumen akan harga atau barang. b. Persepsi konsumen mengenai kualitas, pengetahuan konsumen mengenai kualitas suatu produk; kualitas produk dan merek. c. Persepsi nilai, konsumen akan memberikan penilaian sendiri terhadap barang yang akan dibelinya.	Likert	Rachma Nurmasari dan Sri Setyo Iriani, "Pengaruh Promosi Penjualan Dan Penjualan Perseorangan Terhadap Keputusan Belanja Tidak Terencana", <i>Jurnal Ilmu Manajemen</i> , Vol. 1, 2013
Varian Produk (X_2)	Unit tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan	a. Ukuran b. Harga c. Tampilan d. Bahan-bahan	a. Produk yang dapat dilihat dengan nyata dapat diukur b. Variasi produk dengan cara menjual produknya dengan harga	Likert	Annisa Eka Sari, dkk., "Effect of Price, Product of Variation and location of Buying Decisions in Minimarket Indomaret Jl Timoho

	atau ciri lain.		tinggi atau sebaliknya c. Terlihat dengan mata dan bersifat menarik d. Produknya menggunakan bahan- bahan yang berbeda		tembalang Semarang”, <i>Jurnal Manajemen</i> , Vol. 2, No. 2, 2016
Citra Toko (X ₃)	Gambaran tentang apa yang dipikirkan konsumen tentang suatu toko	a. Fasilitas fisik b. Barang dagangan c. Harga d. pelayanan	a. eksterior, interior dan tata letak dalam toko b. kualitas produk, ketersediaan produk dan keragaman produk c. penetapan dan perbandingan harga d. ketepatan, kecepatan dan keramahan dalam melayani konsumen	Likert	Dafed Triwahyudi Apri Yanto, Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket Alfamart Kamal, <i>Jurnal Ilmu Manajemen</i> , Vol. 4, Edisi 2013
Minat Beli (Y)	Tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar- benar dilaksanakan.	a. minat transksional b. minat referensial c. minat preferensial d. minat eksploratif	a. cenderung untuk membeli produk b. cenderung untuk mereferensikan produk kepada orang lain c. produk merupakan preferensi utama d. cenderung mencari informasi positif mengenai produk	Likert	Tommy Soebagyo dan Dr Hartono Subagio M.M. “Analisa Pengaruh <i>Store Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> di Toserba “Ramai” Ngawi”, <i>Jurnal Manajemen Pemasaran</i> , Vol. 1, No. 2, 2014

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket (kuisisioner). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹³ Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, internet.¹⁴

Dalam metode survey didesain dengan menggunakan skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat 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).

2. Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung.¹⁵ Wawancara dilakukan untuk memperoleh keterangan yang dibutuhkan dalam penelitian. Hal ini dapat dilakukan kepada responden atau orang yang diwawancarai dengan menggunakan pedoman ataupun tidak menggunakan pedoman wawancara. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh keterangan tentang gambaran umum perusahaan secara langsung dari pemilik perusahaan atau dari pihak yang bertanggung jawab dalam mengelola perusahaan yang menjadi objek penelitian.

¹³ Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 142.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 199.

¹⁵ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Bumi Aksara, Jakarta, 2009, hlm. 55.

G. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau shahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.¹⁶

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran tersebut valid dan reliable maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas, uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Uji Validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total 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} untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation* lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.¹⁷

2. Reliabilitas Instrumen

Uji realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau kosntruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap

¹⁶ Suharsimi Arikunto, *Op. Cit.*, hlm. 168-169.

¹⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariati Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2001, hlm. 135.

pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.¹⁸ Adapun untuk memperoleh indeks reliabilitas soal menggunakan *one shot* yaitu pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau yang mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan. Untuk mengukur reliabilitas, dilakukan dengan menguji statistic *Cronbach Alpha (a)*. variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *CronbachAlpha* > 0,60.¹⁹

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. 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.²⁰

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas 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 diatas 10.²¹

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi,

¹⁸ *Ibid*, hlm. 132.

¹⁹ Masrukin, *Op. Cit.*, hlm.171.

²⁰ *Ibid*, hlm. 180.

²¹ Imam Ghazali, *Op. Cit.*, hlm. 57.

maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji durbin-watson (dw test) yang menggunakan titik kritis yaitu batas bawah (dl) dan batas atas (du). 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.

Kriteria yang digunakan adalah:

- a. Jika nilai DW terletak antara batas atas atau upper bound (du) dan $(4-du)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada korelasi.
- b. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah atau lower bound (dl), maka koefisiensi autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- c. Bila nilai DW lebih besar daripada $(4-dl)$, maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- d. Bila nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara $(4-du)$ dan $(4-dl)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.²²

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

²² Masrukin, *Op. Cit.*, hlm. 183-184.

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.²³

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji 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 homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁴

Uji heteroskedastisitas dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai produksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara ZPRED dengan SRESID. Jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadinya heteroskedastisitas. Namun, jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

I. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh diskon harga, varian produk dan citra toko terhadap minat beli di Toserba Berkah. Adapun urutan analisis data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

²³ Ibid, hlm.187.

²⁴ Imam Ghazali, *Op. Cit*, hlm. 69.

1. Analisis regresi berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel pemberian diskon, varian produk dan citra toko terhadap minat beli di Toserba Berkah.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut:²⁵

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y	: minat beli
a	: konstanta
b ₁	: koefisien regresi diskon harga
b ₂	: koefisien regresi varian produk
b ₃	: koefisien regresi citra toko
X ₁	: diskon harga
X ₂	: varian produk
X ₃	: citra toko
e	: standar eror

2. Menghitung koefisien determinasi (R²)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (X₁, X₂,...X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y).²⁶ Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang

²⁵ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika*, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hlm. 269.

²⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, hlm. 66.

dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.²⁷

Adjusted R Square adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan. Menurut santoso (2001) dalam bukunya Dwi Prayitno bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variabel independent digunakan *Adjusted R²* sebagai koefisien determinasi. Sedangkan *Standard Error of the Estimate* adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksikan nilai Y.²⁸

3. 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)²⁹

4. Uji Statistik F (Uji Signifikan Parameter Simultan)

Uji signifikan parameter simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F.

Kesimpulan diambil dengan melihat F_{hitung} dan F_{tabel} dengan ketentuan:

²⁷ Imam Ghazali, *Op. Cit.*, hlm. 45.

²⁸ Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 67.

²⁹ Imam Ghazali, *Op. Cit.*, hlm. 44.

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

$F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ diterima (tidak ada pengaruh)³⁰



³⁰ *Ibid*, hlm. 44.