

**BAB III****METODE PENELITIAN****A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian**

Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yang dilakukan didalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realita apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu.<sup>1</sup> Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Hal ini sesuai dengan pendapat yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut mengemukakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.<sup>2</sup> Dalam penelitian kuantitatif atau positivistik, yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kasual (sebab akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja.<sup>3</sup> Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.

**B. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan.

**1. Data primer**

Data primer atau data-data adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber obyek sebagai sumber informasi

---

<sup>1</sup>Marzuki, *Metodologi Riset*, Ekonosia, Yogyakarta, 2005, hal. 14

<sup>2</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 2006, hal. 12

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, Cet. 7, hal. 63

yang dicari.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Sedangkan responden yang menjawab daftar kuesioner (*instrument*) tersebut adalah para pembeli di Minimarket Adijaya Teluk

## 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui studi dokumentasi di Minimarket Adijaya Teluk dan literatur dengan mempelajari berbagai tulisan dari buku-buku, jurnal-jurnal, dan internet yang berkaitan dan mendukung penelitian ini.

## 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>6</sup>

Adapun yang dijadikan populasi dari penelitian ini adalah konsumen Minimarket Adijaya Teluk yang telah memiliki *member card* yang saat ini berjumlah 532 *member*. (Sumber : Hasil laporan *Manager* Minimarket Adijaya, tanggal 29 Januari 2017)

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang

---

<sup>4</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2004, hal. 91

<sup>5</sup> *Ibid*, hal. 91

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, Cet. 15, 2009, hal. 80

diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan responden dari populasi dengan kriteria tertentu.<sup>7</sup> Penentuan sampel dengan mempertimbangkan tertentu dengan kriteria bahwa konsumen tersebut telah mempunyai *member card* pada Minimarket Adijaya Teluk Jepara. Adapun penulis menetapkan sampel penelitian berdasarkan rumus.

Rumus perhitungan besaran sampel:<sup>8</sup>

Keterangan :

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

n = Jumlah Sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

= Nilai presisi (dalam persen atau = 0,1)

Contoh Perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{532}{532(0,1)^2 + 1} = \frac{532}{6,32} = 84$$

Dengan demikian, maka dari jumlah populasi 532 diperoleh ukuran sampel sebesar 84 sampel penelitian.

#### D. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu:

<sup>7</sup> Sugiyono, *Op. Cit.*, hal. 73

<sup>8</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Kencana Prenadamedia Group, Jakarta, 2005, hal. 115

1. Variabel bebas (*independent*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).
2. Variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>9</sup>

Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah faktor lokasi ( $X_1$ ) dan kelengkapan barang ( $X_2$ ). Sedangkan variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (*dependent variabel*) ( $Y$ ). Dari masing-masing variabel tersebut dapat diukur dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yang dituangkan dalam sebuah koesioner, sehingga lebih terarah dan sesuai dengan metode yang digunakannya.

#### E. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Faktor Lokasi ( $X_1$ )	Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan menentukan keberhasilan usaha tersebut di masa yang	a. Pemilihan Lokasi  b. Penentuan Lokasi	1. Lokasi yang strategis 2. Lokasi yang mudah dijangkau 3. Lokasi yang mudah ditemukan  1. Akses 2. Visibilitas 3. Tempat parkir yang	<i>Likert</i>

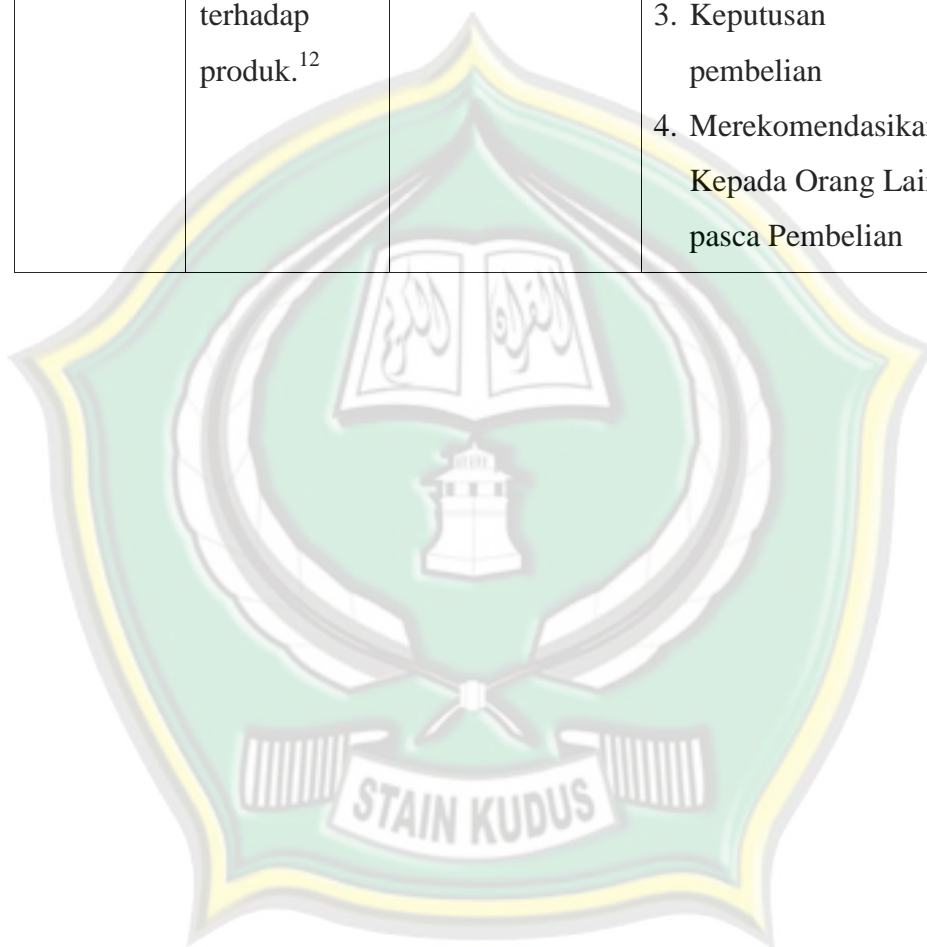
<sup>9</sup> *Ibid.*, hal. 38-39

	akan datang. <sup>10</sup>	c. Analisis Lokasi	luas dan aman 1. Pusat perbelanjaan 2. Tengah Kota/ Keramaian	
Kelengkapan Barang (X2)	Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko untuk di sediakan dalam toko pada jumlah, waktu, yang sesuai untuk mencapai sasaran toko. <sup>11</sup>	a. Produk yang dijual b. Kelengkapan Barang	1. Varienty 2. Width or Breath 3. Depth 4. Consistency 1. Keragaman produk yang dijual 2. Macam-macam merek yang tersedia 3. Ketersediaan barang yang dijual 4. Variasi produk yang dijual	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian	a. Faktor keputusan	1. Kelompok acuan 2. Keluarga	<i>Likert</i>

<sup>10</sup> Grace Marleen Wariki, Lisbeth Mananeke, Hendra Tawas, *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado*, Jurnal EMBA, Vol. 3, No. 2, Juni 2015: 1073-1085, hal. 2

<sup>11</sup> Wahyu Nur Prabowo, *Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Indomaret di Kabupaten Karanganyar*, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Sukoharjo, <http://lib.unnes.ac.id/18371/1/7350408033.pdf>, Diakses tgl 09 November 2015, Pada Pukul 11.00

(Y)	adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. <sup>12</sup>	pembelian  b. Tahadap keputusan pembelian	3. Motivasi 4. Gaya hidup 1. Pencarian informasi 2. Evaluasi berbagai alternatif 3. Keputusan pembelian 4. Merekomendasikan Kepada Orang Lain pasca Pembelian	
-----	---	---	--	--



<sup>12</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Indonesia, 2008, hal. 181

## F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya:

### 1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Dapat dikatakan bahwa observasi merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya.<sup>13</sup> Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi langsung pada Minimarket Adijaya Teluk Kabupaten Jepara.

### 2. Angket

Sering pula metode angket disebut sebagai metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden, setelah diisi angket dikirim kembali atau dikembalikan kepetugas atau peneliti.<sup>14</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon konsumen Minimarket Adijaya Teluk mengenai faktor lokasi dan kelengkapan barang terhadap keputusan pembelian. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala *likert* (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor.

---

<sup>13</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2005, hal. 143

<sup>14</sup> *Ibid.*, hal. 133

**Tabel 3.2**  
**Skala likert**

<b>Jawaban</b>	<b>Skor atau Nilai</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

### 3. Dokumentasi

Metode dokumenter adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumenter adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis.<sup>15</sup> Sebagian besar data yang tersedia berbentuk surat-surat, catatan harian, laporan, dan sebagainya. Sifat utama dari data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk hal-hal yang telah silam.

Metode dokumenter merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kuantitatif. Metode ini peneliti gunakan untuk mendapatkan data tambahan yang berhubungan dengan faktor lokasi dan kelengkapan barang terhadap keputusan pembelian di Minimarket Adijaya Teluk.

## **G. Uji Validitas Dan Realibilitas Instrumen**

### 1. Uji Validitas Instrumen

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 tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, hal. 154



variabel. Sedangkan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen dari masing-masing variabel, maka dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah konstruk dengan  $\alpha$  0,05. Apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.<sup>16</sup>

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ).<sup>17</sup>

## H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi. Berikut ini macam-macam uji asumsi klasik

### 1. Uji Data 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. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2011, hal. 52

<sup>17</sup> *Ibid.*, hal. 47

<sup>18</sup> Masrukin, *Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Media Ilmu Press, Kudus, 2009, hal.

## 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem 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. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu atau time series karena “gangguan” pada seorang individu/ kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individual/ kelompok yang sama pada periode berikutnya. 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 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>19</sup>

---

<sup>19</sup> *Ibid.*, hal. 183-184

### 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 bertindak lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan. Uji normalitas pada analisis regresi dan multivariante sebenarnya sangat kompleks, karena dilakukan pada seluruh variabel secara bersama-sama. Namun uji ini bisa dilakukan pada setiap variabel, dengan logika bahwa jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara bersama-sama (*multivariante*) variabel-variabel tersebut juga bisa dianggap memenuhi asumsi normalitas.<sup>20</sup>

### 4. Uji 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. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya kurang dari 0,05. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

---

<sup>20</sup> *Ibid.*, hal. 187

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>21</sup>

## I. Analisis Data

1. Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel Faktor Lokasi dan Kelengkapan Barang terhadap keputusan pembelian.

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

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

Dimana:

- Y : keputusan pembelian  
a : Konstanta  
b<sub>1</sub> : Koefisien regresi variabel Faktor Lokasi  
b<sub>2</sub> : Koefisien regresi variabel Kelengkapan Barang  
X<sub>1</sub> : Faktor Lokasi  
X<sub>2</sub> : Kelengkapan Barang  
e : Standar eror.<sup>22</sup>

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

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. Kesimpulan yang diambil dengan melihat signifikansi ( $\alpha$ ) dengan kriteria pengujian

- a. Tingkat signifikansi  $\alpha > 0,05$  maka Ho diterima
- b. Tingkat signifikansi  $\alpha < 0,05$  maka Ho ditolak.<sup>23</sup>

<sup>21</sup> Imam Ghazali, *Op.Cit.*, hal. 139

<sup>22</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika 1(Statistik Deskriptif)*, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hal. 269-270

### 3. 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 diantara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel dependen.<sup>24</sup>



---

<sup>23</sup>Imam Ghazali, *Op.Cit.*, hal. 98-99

<sup>24</sup>*Ibid.*, hal. 97