

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sumber data**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif menggunakan analisis yang berbentuk numerik atau angka. Pada dasarnya pendekatan ini menggambarkan data melalui angka-angka dengan tujuan untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti.<sup>1</sup> Sedangkan penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang dikumpulkan untuk mencapai tujuan penelitian.

##### 1) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan olah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebar kuesioner kepada konsumen pakaian di pasar Juwana Baru.

##### 2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.<sup>2</sup> Misalnya berupa dokumen laporan –

---

<sup>1</sup> Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Edisi pertama, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015..., h. 109.

<sup>2</sup> *Ibid.* h 171.

laporan, buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang masih berkaitan, dengan materi penelitian.

### **3.2 Populasi dan Sampel**

#### 1) Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>3</sup> Populasi pada penelitian ini adalah konsumen pakaian di pasar Juwana Baru.

#### 2) Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penelitian sampel dalam penelitian ini adalah dengan *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan (*insidental*) bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini menggunakan 100 responden, karena sudah memenuhi batas minimal. Menurut Frankael dan Waller, jika menggunakan variabel independen tiga atau lebih, jumlah

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta, 2008, h 61.

<sup>4</sup> *Ibid.* h 67.

sampel dalam besaran minimum adalah dengan menggunakan rumus:<sup>5</sup>

$$n = \frac{Z^2}{4 / (\text{Moe})^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 / (10\%)^2}$$

$$n = 96,04$$

n dibulatkan menjadi 96 (sampel minimal)

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = Z score pada tingkat signifikansi tertentu, nilai Z= 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%

Moe = *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan berbagai metode, yaitu:

1. Wawancara (*interview*) adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari

---

<sup>5</sup> Ferdinand Augusty, “*Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*”, Semarang: Universitas Diponegoro, 2006, h. 58.

terwawancara. Pelaksanaan wawancara dalam penelitian ini menggunakan *Interview* bebas terpimpin yaitu pewawancara membawa pedoman yang hanya merupakan garis besar tentang hal-hal yang ditanyakan.<sup>6</sup> Pada penelitian ini peneliti menjadikan pedagang di pasar Juwana Baru sebagai responden untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

2. Kuesioner atau angket dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis yang sifatnya terbuka atau tertutup kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala Likert. Skala Likert yang juga disebut summated-rating scale, merupakan teknik pengukuran sikap yang paling luas digunakan dalam riset pemasaran.<sup>7</sup> Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, dengan 4 alternatif jawaban sebagai berikut:<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006, h 155.

<sup>7</sup> Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002, h 46

<sup>8</sup> *Ibid.* h 130.

**Tabel 3.1**  
**Alternatif Jawaban Responden**

<b>Simbol</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Nilai</b>
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

3. Dokumentasi, dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara peneliti mengumpulkan benda-benda tertulis seperti buku-buku, pamflet, dokumen tentang gambaran umum pasar dan catatan lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran**

Variabel adalah sesuatu yang mempunyai variasi nilai sebagai operasional dari konsep sehingga dapat diteliti secara empiris.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dibagi menjadi dua kelompok, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).

1. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel

---

<sup>9</sup> Singarimbun dan Effendi, *Metodologi Penelitian Survey*, Jakarta: LP3ES, 2006, h. 42.

terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah *service excellent* (X1), produk (X2) dan harga (X3).

2. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat beli konsumen (Y).

### 3.5 Definisi Operasional

Tabel 3.2

Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
<i>Service excellent</i> (X <sub>1</sub> )	suatu sikap atau tata cara pihak <i>customer service</i> (pelayanan pelanggan) dapat melayani pelanggan secara memuaskan. (Elhaitammy)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kecepatan</li> <li>• Ketepatan</li> <li>• Keramahan</li> <li>• Kenyamanan</li> </ul>	Diukur melalui angket dengan menggunakanSkala Likert
Produk (X <sub>2</sub> )	segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan sesuatu keinginan atau kebutuhan, (pakaian)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produknya berkualitas</li> <li>• Produknya bervariasi</li> <li>• <i>Display</i> produk menarik</li> </ul>	melalui angket dengan menggunakanSkala Likert
Harga (X <sub>3</sub> )	sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterjangkauan harga</li> <li>• Daya saing harga</li> </ul>	melalui angket dengan menggunakanSkala Likert

	atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ul>	kala Likert
Minat beli Konsumen (Y)	Kecenderungan untuk melakukan tindakan terhadap obyek yang telah dipresentasikan penjual (Assael, 1998)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesiediaan untuk membayar</li> <li>• Menceritakan hal yang positif</li> <li>• Kecenderungan untuk merekomendasikan</li> </ul>	melalui angket dengan menggunakanS kala Likert

### 3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan untuk pengaruh *service excellent*, produk dan harga terhadap minat beli konsumen pakaian di pasar Juwana Baru menggunakan teknik analisis statistik deskriptif, yang mana statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. antara lain :

### 3.6.1 Uji Instrumen

Uji Instrumen digunakan untuk mengukur instrumen yang digunakan dalam penelitian. Uji instrumen meliputi uji validitas dan reliabilitas.

#### 1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>10</sup> Teknik uji validitas dapat di uji dengan *pearson product moment* dan uji *confirmatory Factor Analysis* (CFA). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi pearson product moment, karena teknik ini paling umum digunakan dalam pengujian validitas.

Perhitungan nilai korelasi variabel  $X_1, X_2$  dan  $X_3$  terhadap  $Y$  menggunakan rumus korelasi pearson product moment sebagai berikut

$$R_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i) (\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

---

<sup>10</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2011, h 52.

Dimana:

- R xy = Nilai validitas atau koefisien korelasi
- n = Jumlah responden untuk diuji
- X = Skor pertanyaan tertentu (variabel independent)
- Y = Skor pertanyaan total (variabel dependent)

## 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.<sup>11</sup> Uji reliabilitas dapat di uji dengan rumus Kuder-Richardson, yang dikenal dengan nama KR-20 dan KR-21, rumus koefisien Alpha atau Alpha Cronbach, rumus reliabilitas Hoyt, yang menggunakan analisis varian.

Dalam penelitian ini, tehnik yang digunakan untuk menghitung indeks Reliabilitas yaitu dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach, karena

---

<sup>11</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, h 47.

pengumpulan datanya menggunakan kuesioner.  
yaitu:<sup>12</sup>

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_h^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Dimana :

$r_{11}$  = Koefisien reliabilitas instrumen

$k$  = jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_h^2$  = Jumlah varians butir

$\sigma_1^2$  = Varians total

Dengan rumus varian sebagai berikut:

$$\sigma_1^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Dimana :

$\sigma_1^2$  = Varians total

$n$  = jumlah sampel

$X$  = nilai skor yang dipilih

---

<sup>12</sup> Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010, h. 176.

### 3.6.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Untuk mendeteksinya, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik merupakan cara yang termudah untuk melihat normalitas residual adalah melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengandistribusi yang mendekati distribusi normal.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P Plot, Skewness dan Kurtois. Dalam penelitian ini uji normalitas digunakan dengan menggunakan uji normal P Plot. Menurut Ghozali untuk mendeteksi normalitas data dapat juga dengan uji Kurtois dilihat dari nilai residual. Dikatakan normal bila nilai residual yang dihasilkan diatas nilai signifikansi yang ditetapkan.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis (Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis dilengkapi Penghitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*, Bandung: ALFABETA,2014, h 156.

## 2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Uji statistik yang dapat digunakan adalah Uji Glejser, Uji Rho Spearman, Uji Park atau White. Dalam Penelitian ini menggunakan grafik scatterplot

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Asumsinya adalah:<sup>14</sup>

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

## 3. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-

---

<sup>14</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariati...*, h. 70.

variabel ini tidak ortogonal (variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:<sup>15</sup>

- 1) Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan memengaruhi variabel terikat.
- 2) Menganalisis korelasi di antara variabel bebas. Jika di antara variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (lebih besar dari pada 0,09), hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
- 3) Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai VIF (*variance-inflating faktor*). Jika  $VIF < 10$ , tingkat kolinieritas dapat ditoleransi

Dalam penelitian ini, penulis memilih uji multikolinearitas dengan menggunakan nilai VIF (*Varians Inflation Factor*).

### **3.6.3 Analisis regresi linear berganda**

Untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Yang mana persamaan regresi

---

<sup>15</sup> *Ibid.* h 105

berganda adalah model persamaan regresi linier dengan variabel bebas lebih dari satu. Bentuk umum persamaan ini antara lain<sup>16</sup> :

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 \dots + e$$

Keterangan :

Y = Minat beli konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada Y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X).

$X_1$  = *Service Excellent*

$X_2$  = Produk

$X_3$  = Harga

e = variabel residu

#### 3.6.4 Uji Parsial (Uji t)

Korelasi parsial dalam regresi berganda digunakan untuk melihat besarnya hubungan antara dua variabel yang bebas dari variabel lainnya. Uji t ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*service excellent*, produk dan harga) terhadap variabel terikat (minat konsumen).

---

<sup>16</sup> Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis...*, h 194.

Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X1, X2, dan X3 terhadap Y secara terpisah maka digunakan uji t. Rumus yang digunakan :

$$t = \frac{b_1}{sb_1}$$

Dimana:

- t = nilai hitung
- b<sub>1</sub> = nilai koefisien variabel independen (variabel X)
- sb<sub>1</sub> = *standard error* dari variabel independen (variabel X)

Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut :<sup>17</sup>

- a. Jika signifikan < 0,05 maka Ho ditolak Ha diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat.
- b. Jika signifikan > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat.

---

<sup>17</sup> Feddy Rangkuti, *Marketing Analysis Made Easy*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005, h. 63.

### 3.6.5 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.<sup>18</sup> Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel *service excellent*, produk dan harga mempengaruhi variabel terikatnya, yaitu minat konsumen. Formula yang digunakan adalah:

$$F = \frac{R^2/K}{[1 - R^2][n - k - 1]}$$

Dimana:

K = banyaknya variabel bebas.

R<sup>2</sup> = koefisien determinasi.

n-k-1 = derajat bebas penyebut.

Kriteria penilaian yang dapat ditetapkan adalah:

- a. Jika F hitung > F tabel maka variabel-variabel bebas digunakan dalam penelitian ini secara

---

<sup>18</sup> Algifari, *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: AMP YKPN, 2003, h. 231.

bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat.

- b. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ , maka variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

### **3.6.6 Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Bagaimana kemampuan variabel X (variabel independen) mempengaruhi variabel Y (variabel dependen). Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y.<sup>19</sup>

Nilai akan berkisar 0 sampai 1. Apabila nilai = 1 menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi, atau variabel X1, X2 dan X3 mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai = 0, menunjukkan bahwa tidak ada total varians yang diterangkan oleh varian bebas dari persamaan regresi baik X1, X2 maupun X3.

---

<sup>19</sup> *Ibid.* h 232.

Seberapa besar nilai  $R^2$  dikatakan baik atau kuat menurut Lind : nilai koefisien determinasi lebih besar dari 0,5 dikatakan sedang dan kurang dari 0,5 relatif kurang baik. Apabila mendapatkan koefisien determinasi kurang dari 0,5 ada beberapa penyebab yang mungkin salah satu di antaranya adalah spesifikasi model yang salah yaitu pemilihan variabel yang kurang tepat atau pengukuran yang tidak akurat.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> *Ibid.* h 232.