

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian Kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok.³⁶

3.1.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan variabel-variabel yang diteliti. Data tersebut berupa persepsi atau tanggapan pelanggan.³⁷ Dalam hal ini, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memerhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian. Data primer secara langsung pada objek penelitian melalui penelitian lapangan, yang diperoleh melalui pengisian kuesioner terhadap konsumen Rabbani cabang Gayamsari Semarang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak ketiga dan biasanya dalam bentuk angka atau kuantitatif. Dalam penelitian ini sumber data sekunder diperoleh dari studi pustaka.³⁸ Adapun data sekunder adalah berupa data laporan, tabel pembantu dalam proses penelitian pada Rabbani cabang Gayamsari Semarang.

³⁶ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Surve*, Jakarta: LP3ES, 1989, h. 3

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kelima : Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 2003, h. 56

³⁸ Ibid. h. 62

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya juga obyek dan benda-benda alam lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen Rabbani cabang Gayamsari, Semarang.

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili keseluruhan populasi. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu cara pengambilan sampel dengan menetapkan ciri yang sesuai dengan tujuan.

Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari para responden. Data yang diambil adalah dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Maka sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Menurut Frankael dan Waller, jika menggunakan variabel independen 3 atau lebih, jumlah sampel dalam besaran minimum adalah dengan menggunakan rumus:³⁹

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

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

$$n = 96,04$$

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%

³⁹Ferdinand Augusty, “*Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*”, Semarang: Universitas Diponegoro, 2006, h. 58

3.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan objektif dan dapat dijadikan landasan dalam proses analisis, maka diperlukan pengumpulan data dengan metode kuesioner yaitu pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3.3.1 Skala Pengukuran

Penelitian yang dilakukan nantinya akan menggunakan alat bantu berupa kuesioner, yang mana jawaban-jawaban responden tersebut akan diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁴⁰ Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Variabel yang diukur kemudian dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor. Skala *likert* 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Netral (N)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)⁴¹

⁴⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta, 2013, h. 132.

⁴¹Ibid, h. 133.

3.3.2 Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu metode pengumpulan data dengan cara membaca buku atau literatur dan bentuk tulisan dari sumber perpustakaan atau sumber lain.⁴²

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel penelitian

Variabel penelitian berisi deskripsi tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Pendefinisian variabel penelitian didasarkan pada apa yang telah dideskripsikan dalam Telaah Pustaka. Variabel adalah konstruk atau hal yang sedang diteliti yang merupakan simbol yang diberi angka atau nilai. Dalam penelitian ini digunakan dua variabel yaitu sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel bebas merupakan stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Atau dengan kata lain, variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen. Dalam penelitian ini ada tiga variabel independen yang digunakan, yaitu diskon harga (X1), desain produk (X2) dan keragaman produk (X3).

a. Diskon harga (X1)

Potongan harga atau diskon harga diartikan sebagai pengurangan harga terhadap suatu produk atau jasa untuk tujuan tertentu.

b. Desain produk (X2)

Desain produk merupakan salah satu aspek pembentuk citra produk. Perusahaan juga makin menyadari pentingnya nilai pemasaran dari desain produk, terutama desain

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kelima : Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 2002, h. 32

penampilannya. Dua faktor yang menyangkut desain produk adalah warna dan kualitas produk.

c. Keragaman produk (X3)

Keputusan tentang penempatan produk berkaitan dengan ketersediaan produk atau keragaman produk dalam jumlah yang sesuai dan di lokasi yang sangat tepat.

2. Variabel Tergantung atau Terikat (Variabel Dependen)

Variabel tergantung adalah variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel independen. Atau dengan kata lain, variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah minat beli ulang (Y). Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan tentang merek mana yang akan dibeli.⁴³

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dapat didasarkan pada satu atau lebih sumber, atau referensi, dengan disertai alasan yang mendasari penggunaan definisi yang dimaksud. Setelah didefinisikan, variabel penelitian harus dapat diukur menurut kaidah atau ukuran yang lazim diterima secara akademis. Secara keseluruhan definisi operasional variabel dan indikator variabel dapat dilihat dalam tabel berikut :

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kelima : Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 2015, h. 4

Tabel 2.1
Variabel, Definisi, Indikator dan Skala Pengukuran
Variabel Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Diskon harga (X1)	Pengurangan rodok dari harga normal dalam periode tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diskon promo hari tertentu 2. Diskon kartu member 3. Diskon katalog 	Skala <i>Likert</i>
2.	Disain produk (X2)	Desain dapat membentuk atau memberikan atribut pada suatu produk, sehingga dapat menjadi ciri khas pada merek suatu produk. Ciri khas dari suatu produk tersebut pada akhirnya akan dapat membedakannya dengan produk-produk sejenis merek lain dari pesaing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Model terbaru 2. Variasi desain 3. Warna 	Skala <i>Likert</i>
3.	Keragaman produk (X3)	Kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain, atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran dan toko atau perusahaan ritel	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan produk yang ditawarkan 2. Menjual berbagai macam model 3. Tersedia berbagai macam ukuran 	Skala <i>Likert</i>
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Merupakan suatu proses pengambilan keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. (Senny Febiola, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan dan keyakinan membeli 2. Prioritas pembelian 3. Sesuai keinginan dan kebutuhan 	Skala <i>Likert</i>

3.5 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.5.1 Analisis Data Deskriptif

Metode analisis deskriptif dalam penelitian ini pada prinsipnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi, sehingga mudah untuk dipahami. Penulis ingin mengetahui profil secara umum dari responden.⁴⁴

3.5.2 Analisis Data Kuantitatif

Merupakan suatu bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik tertentu. Data kuantitatif harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk mempermudah analisis program SPSS. Tahapan-tahapan dari analisis data kuantitatif adalah:

a. *Editing* (Pengeditan)

Yaitu memilih dan mengambil data yang diperlukan serta membuang data yang dianggap tidak diperlukan untuk memudahkan perhitungan dalam penyajian hipotesis.

b. *Coding* (Pemberian Kode)

Yaitu kegiatan memberikan tanda berupa angka pada jawaban responden yang diterima. Tujuannya untuk menyederhanakan jawaban.

c. *Tabulating* (Tabulasi)

Yaitu suatu kegiatan pengelompokkan atas jawaban-jawaban secara teliti dan teratur, kemudian data tersebut dihitung dan dijumlahkan sampai terwujud dalam bentuk tabel yang bermanfaat, dan berdasarkan tabel ini pula yang akan dipakai untuk mendapatkan hubungan atas variabel yang ada.⁴⁵

⁴⁴ Ibid. h. 147

⁴⁵ Ibid. h. 8

3.5.3 Uji Validitas dan Realibilitas

3.5.3.1 Uji Validitas

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. Jadi, validitas adalah mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung, apabila r hitung sig. $\leq 0,05$ = valid dan r hitung sig. $> 0,05$ = tidak valid.⁴⁶

3.5.3.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Suatu data dikatakan reliabel adalah variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$ atau tidak reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan dengan komputer menggunakan program SPSS (*Statistical Program For Science*).⁴⁷

⁴⁶Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro, 2009, h. 49

⁴⁷Ibid. h. 46

3.5.4 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian terhadap model penelitian, terlebih dahulu dilakukan pengujian model tersebut apakah memenuhi asumsi klasik regresi, yang terdiri dari :

3.5.4.1 Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- a. Mempunyai angka Tolerance diatas ($>$) 0,1
- b. Mempunyai nilai VIF di di bawah ($<$) 10^{48}

3.5.4.2 Heteroskedastisitas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik jika tidak ditemukan Heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik heteroskedastisitas antara nilai prediksi variabel dependen dengan variabel independen. Dasar analisis uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser menunjukkan jika nilai probabilitas signifikasinya di atas tingkat kepercayaan

⁴⁸Ibid. h. 95

5% jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.⁴⁹

3.5.4.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan menggunakan *Kolmogrov-smirnov*. Jika nilai *Kolmogrov-smirnov* lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka data normal. Data yang berdistribusi normal mempunyai model regresi yang baik. Cara lain dapat dilihat melalui normal *probabilityplot*. Adapun dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.⁵⁰

3.5.5 Analisa Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah mengukur kekuatan dan menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b₁ b₂ b₃ = Koefisien variabel independen

⁴⁹Ibid. h. 129

⁵⁰Ibid h. 147 - 152

X_1	= Diskon harga
X_2	= Disain produk
X_3	= Keragaman produk
e	= Kesalahan pengganggu (<i>disturbance's error</i>)

Keterangan :

a	= Angka konstan dari <i>Unstandardized Cefficient</i> dalam penelitian atau harga Y ketika harga X = 0
b	= Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.
Y	= Subyek dalam variabel dependen yang diprediksi
X	= Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu. ⁵¹

3.5.6 Uji Hipotesis

3.5.6.1 (Uji – t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X_1 , X_2 , dan X_3 (diskon harga, disain produk dan keragaman produk) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (keputusan pembelian) secara terpisah atau parsial. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

- H_0 : Variabel-variabel bebas (kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (minat beli ulang).
- H_a : Variabel-variabel bebas (kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek) mempunyai pengaruh

⁵¹Susanti, Meilia, Nur Indah, *Statistika Deskriptif dan Induktif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h. 185

yang signifikan terhadap variabel terikat (minat beli ulang).

Dasar pengambilan keputusan adalah:

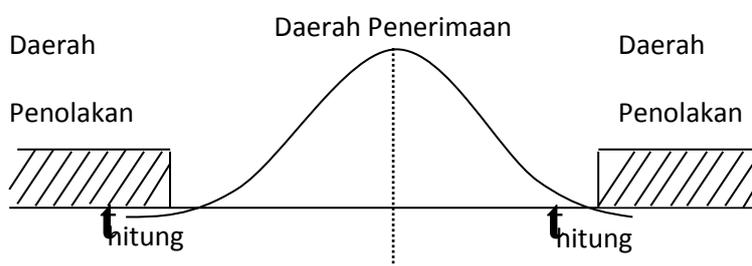
- Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel :

- Apabila t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Apabila t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak.⁵²

Gambar 3.1

Gambar Grafik Uji t⁵³



3.5.6.2 Uji Pengaruh Simultan (F test)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$).⁵⁴

⁵²Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Semarang:Universitas Diponegoro, 2009, h. 88

⁵³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kelima : Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 2015, h. 99

⁵⁴Ibid. h. 88

3.5.7 Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan kedalam model. Setiap satu tambahan variabel bebas, maka R^2 meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti R^2 , Nilai *Adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.⁵⁵

⁵⁵ Ibid. h. 87