

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field search* dengan cara survei. Scheuren (dikutip dalam Asra, 2014) mendefinisikan survei ialah metode yang dikerjakan dengan cara mendapatkan data informasi sampel individu. Menurut *Queensland Government Statistician's Office* (2005), survei juga bisa dipahami sebagai suatu karakter dari populasi yang dapat diukur dan digunakan dalam penelitian (Asra, 2014, hlm. 62–63).

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan korelatif kuantitatif, metode kuantitatif ialah suatu metode yang berhubungan dengan angka-angka dan analisis menggunakan statistik, korelasi merupakan salah satu teknik analisis data statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat kuantitatif. Dua variabel atau lebih dikatakan berkorelasi apabila perubahan pada variabel yang satu akan diikuti perubahan pada variabel yang lain secara teratur dengan arah yang sama (korelasi positif) atau berlawanan (korelasi negatif) (Ibrahim dkk., 2018, hlm. 77). Alasan peneliti menggunakan metode korelasi karena metode ini dapat menjawab bagaimana pengaruh dari kedua variabel yang diteliti. Dengan alasan diatas peneliti ingin mengkorelasikan dan menganalisis bagaimana pengaruh suasana toko dan harga terhadap keputusan pembelian di Mariga Koffie Zafri Zam-zam..

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini di lakukan di Jl. Zafri Zam-zam. No.7, Belitung Selatan. Kecamatan Banjarmasin Barat, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan, kode pos 70128. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut, selain lokasi tersebut mudah dijangkau oleh peneliti dan beberapa kali peneliti melakukan observasi lapangan mendapatkan bahwa memang Mariga Koffie ini banyak diminati anak muda terlebih lagi tempat yang dipilih strategis untuk

mengadakan acara hiburan dan cocok untuk tongkrongan anak muda zaman sekarang. Dalam melakukan penelitian ini peneliti juga menemukan responden yang tepat untuk membantu jalannya penelitian dan ketika peneliti kekurangan data penelitian maka lebih mudah mendapatkannya karena jarak yang ditepuh mudah dijangkau.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Gabungan suatu individu yang mempunyai karakter yang berbeda-beda ialah populasi(Sugiarto, 2017, hlm. 134). Populasi didalam penelitian ini ialah seluruh masyarakat yang pernah membeli di Mariga Koffie sebanyak 146 orang.

2. Sampel Penelitian

Sampel ialah anggota dari populasi yang telah peneliti ambil untuk dijadikan data penelitian(Hasnunidah, 2017, hlm. 79). Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dari masyarakat yang membeli di Mariga Koffie yang peneliti hitung dengan rumus slovin :

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

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

d = Presisi (ditetapkan 10 % dengan tingkat kepercayaan 95%)

n:	$\frac{N}{N(d^2) + 1}$
n:	$\frac{146}{146(0,1^2) + 1}$
n:	$\frac{146}{2,46}$
n:	59,34

Teknik sampling yang digunakan peneliti adalah teknik *probability sampling*, menurut sugiyono (dikutip dalam Lijan P. Sinambela dan Sartono Sinambela, 2020, hlm. 167-169) mengatakan bahwa *teknik probability sampling* adalah teknik yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *teknik simple random sampling*, dikatakan *simple* karena cara pengambilan sampel dari semua anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam anggota populasi itu. Cara demikian dilakukan apabila anggota populasi dianggap homogen (Sinambela & Sinambela, 2021, hlm. 167–169).

Berdasarkan perhitungan di atas dapat dilihat bahwa sampel yang digunakan sebesar 59 orang yang telah diambil dari populasi dan dihitung oleh peneliti menggunakan rumus slovin, sampel tersebut diambil secara acak atau dengan teknik *simple random sampling*.

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Laporan yang peneliti dapatkan dari kuesioner, wawancara, dokumen dan lain-lain ialah data (Adiyas, 2013, hlm. 1). Data Kuantitatif merupakan data-data yang berupa angka dan dapat dihitung. Pada penelitian ini yang merupakan data kuantitatif adalah data hasil jawaban kuesioner responden mengenai harga, kualitas produk dan keputusan pembelian. Peneliti menggunakan dua data untuk mendukung jalannya penelitian:

a. Data primer

Data yang peneliti dapatkan langsung di lapangan baik berupa wawancara, pengamatan bahkan kuesioner ialah data primer.

b. Data Sekunder

Data yang tidak didapat langsung, seperti data di internet yaitu instagram, google maps, gojek dan literatur lainnya yang dapat menjawab permasalahan dalam penelitian

peneliti adalah data sekunder(Asnawi & Masyhuri, 2011, hlm. 153–155).

2. Sumber Data

a. Responden

Masyarakat yang telah terpilih sebagai orang yang dapat menjawab pertanyaan yang diberikan peneliti ialah responden.

b. Dokumentasi

Kumpulan catatan, foto-foto maupun arsip lainnya yang dapat mendukung penelitian ini adalah dokumentasi(Martono, 2015, hlm. 87).

E. Teknik Pengambilan Data

Pengambilan data dilakukan peneliti dengan :

1. Kuesioner (Angket)

Suatu pengumpulan data yang didapatkan melalui jawaban-jawaban responden yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda adalah kuisisioner(Siregar, 2012, hlm. 130–134).

2. Dokumentasi

Sumber-sumber yang berasal dari foto-foto, dokumen maupun sumber tertulis lainnya yang membantu peneliti dalam meendapatkan informasi ialah dokumentasi(Nilamsari, 2014, hlm. 178).

F. Teknik Pengolahan Data

Sebelum tahap analisis data, data harus diolah terlebih dahulu. Karena penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, maka teknik pengolahan data adalah sebagai berikut:

1. Proses *editing*

Dalam mengolah data dalam penelitian biasanya hal pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan *editing* pada datanya yang sudah dikumpulkan dari lapangan baik itu berupa wawancara maupun pengisian kuesioner. Editing dilakukan oleh peneliti

guna mendapatkan data yang lengkap, layak maupun akurat untuk dilanjutkan ketahap berikutnya

2. Proses *coding*

Setelah proses *editing* selesai, maka tahap kedua ialah melakukan pengkodean atau *Coding* terhadap data penelitian yang didapat di lapangan. *Coding* dilakukan agar data dapat dikelompokkan berdasarkan kategori yang sudah ditentukan, memberikan kode pada jawaban responden dilakukan oleh peneliti agar memudahkan proses analisis data penelitian, pemberian kode ini biasanya berupa angka maupun kode lainnya.

3. Proses *scorsing*

Tahap selanjutnya adalah pemberian *scorsing* pada data penelitian, peneliti melakukan pemberian skor menggunakan Skala Likert yang sudah ditentukan oleh peneliti guna membuat tingkatan- tingkatan pada jawaban responden.

4. Tabulasi

Tahap terakhir dalam pengolahan data ialah tabulasi, pada tahap ini peneliti merangkum data penelitian kedalam bentuk tabel, pembuatan tabel tersebut peneliti lakukan agar data yang sudah peneliti dapat bisa dibaca ringkas dan jelas dipahami (Agung Putu Agung & Yuesti, 2017, hlm. 98–108).

G. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan dalam mengukur pendapat atau sikap seseorang terhadap sesuatu. Skala likert dalam penelitian ini memuat lima kategori :

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Netral
4. Setuju

5. Sangat Setuju

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif sehingga agar memudahkan dalam analisis datanya, maka tiap kategori jawaban diberi skor sebagai berikut.

Jawaban	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber : (Redho, 2018, hlm. 40).

H. Instrumen Penelitian

Menyusun instrumen penelitian merupakan hal yang penting dalam langkah-langkah penelitian. Instrumen bertindak sebagai alat bantu ukur dalam mengumpulkan data yang diinginkan peneliti. Bentuk instrumen memiliki kaitan dengan metode pengumpulan data (Sugiyono, 2022, hlm. 222). Instrumen penelitian pada penelitian ini adalah kuesioner atau angket berupa sejumlah pertanyaan tertulis mengenai suasana toko (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun responden adalah Masyarakat yang telah terpilih sebagai orang yang dapat menjawab pertanyaan yang diberikan peneliti. Adapun kisi-kisi instrumen penelitian sebagai berikut:

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Suasana toko (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Store Exterior 2. General Interior 3. Bentuk 4. Ciri-ciri Produk 5. Kinerja 6. Ketetapan atau Kesesuaian 7. Ketahanan 8. Keandalan 9. Kemudahan Perbaikan 10. Gaya 11. Desain 	<i>Likert</i>
Harga (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga. 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk. 3. Daya Saing Harga. 4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat. 5. Harga Mempengaruhi Daya Beli Konsumen. 6. Harga dapat Mempengaruhi Konsumen dalam Mengambil Keputusan. 	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan (<i>Need Recognition</i>) 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi alternatif 	<i>Likert</i>

	4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian	
--	---	--

I. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas dan realibilitas

a. Uji Validitas

Kecermatan atau ketepatan data penelitian dalam pengukuran agar data yang peneliti peroleh relevan atau sesuai ialah validitas(Sinambela & Sinambela, 2021, hlm. 266–267).

b. Uji Realibilitas

Sejauh mana suatu alat ukur mampu bekerja dengan baik mapun diukur kembali tetap konsisten ialah uji realibilitas(Edy Purwanto, 2013, hlm. 91)

J. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Korelasi antara variabel independent ialah multikolinieritas, dua metode yang dipakai untuk mencari tahu suatu multikoleniaritas dalam model adalah metode VIF dan *tolerance*.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas biasanya terjadi ketika hubungan antara prediksi dan residu membentuk suatu pola, metode yang dipakai dalam masalah heteroskedatisitas biasanya dengan metode *park* dan *white*.

c. Uji Autokorelasi

Kesalahan didalam regresi ialah autokorelasi, metode yang dipakai dalam mengetahui adanya autokorelasi ialah *breusch-godfrey* dan *durbin-watson*, terjadinya aurokorelasi sering sekali pada data *time series*

d. Uji Normalitas

Uji untuk melihat data yang peneliti dapatkan berdistribusi normal atau tidak ialah uji normalitas, metode yang sering digunakan dalam uji normalitas adalah kolmorogov-smirnov(Widarjono, 2018, hlm. 57–67).

2. Analisis Regresi Berganda

Regresi dalam model yang melibatkan variabel independent dan dependent ialah regresi berganda(Sarwono & Nur Salim, 2017, hlm. 44–45). Penelitian ini menggunakan persamaan regresi berganda untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mariga Koffie di Zafri Zam-zam. Model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = konstanta

X₁ = Suasana Toko

X₂ = Harga

a = Nilai Konstanta, perpotongan garis pada sumbu

X b₁b₂ = Koefesien regresi variabel

X e = *Error/Residual*

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan peneliti untuk memahami apakah variabel pada penelitian dapat menjelaskan dengan sempurna, jika mendekati satu maka pengaruh variabel dependent dalam menjelaskan atau menerangkan besar begitu juga sebaliknya.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dipakai untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap Y secara simultan, dalam pengujiannya dapat dilihat dari nilai Koefisien Determinasi, dengan membandingkan :

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 diterima. Kesimpulannya variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y secara bersama-sama.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima. Artinya variabel X tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Y (Dahlia, 2019, hlm. 44–45).

c. Uji t (Uji Parsial)

Pengaruh secara parsial antara variabel independent terhadap dependent ialah uji t, untuk mengetahui pengaruh variabel tersebut dapat membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} sebagai berikut :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.