

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara penulis langsung ke lapangan untuk memperoleh data dan informasi berkenaan dengan permasalahan yang akan diteliti. (Supardi, 2005, hal. 34). Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positive, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D, 2017, hal. 8).

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk penyajian hasil penelitian dalam bentuk angka-angka statistik (Sugiyono, 2006, hlm 12). Informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner, kuesioner (angket) diisi oleh para konsumen toko Bahankoe Banjarmasin yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Penelitian kuantitatif dilakukan dengan pendekatan yang objektif, dimana data-data yang dikumpulkan bisa diukur secara matematis dan tidak dipengaruhi oleh pendapat subjektif peneliti. Hal ini memungkinkan penelitian ini memberikan hasil yang lebih valid dan dapat dipercaya. Maka hal tersebut lah yang menjadi landasan peneliti untuk menggunakan jenis dan pendekatan ini.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat di Banjarmasin, tepatnya toko Bahankoe Banjarmasin, yang beralamatkan JL. AES Nasution No. 17, Banjarmasin Tengah Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70117. Adapun alasan memilih lokasi ini, karena lokasi penelitian ini merupakan salah satu bentuk usaha pegiat dalam hal perekonomian kota Banjarmasin.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi). Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian. Di dalam subjek penelitian akan terdapat objek penelitian. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menjadi konsumen ataupun tidak pada toko Bahankoe Banjarmasin.

Objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian. Sifat keadaan dimaksud bisa berupa sifat, kuantitas, dan kualitas yang bisa berupa perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan penilaian, sikap pro-kontra, simpati-antipati, keadaan batin, dan bisa juga berupa proses. Adapun yang menjadi objek dan menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini adalah pengaruh harga, *availability* dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian toko Bahankoe Banjarmasin.

D. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah penetrasasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Siyoto,S, & Sidik, A 2015).

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. (Sugiyono, 2017, hal. 80). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsumen pada toko Bahankoe Banjarmasin

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Dalam pemilihan sampel, peneliti menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* dikatakan sampel (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sampel adalah sebagian populasi yang diteliti, ia juga menyatakan jika subjeknya besar atau lebih dari 100 maka dapat diambil tingkat kesalahan antara 10-15% atau lebih, tergantung setidak-tidaknya kemampuan peneliti dilihat dari waktu dan tenaga, sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data dan besar kecilnya yang ditanggung peneliti. (Arikunto, 2002).

3. Jumlah sampel

Dalam penelitian ini menggunakan rumus Lameshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lameshow yaitu:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{a^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada kepercayaan 90 % = 1,65

p = Maksimal estimasi = 50%

d = alpha (0,1) = 10%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{a^2}$$

$$n = \frac{(1,65)^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{(0,01)^2}$$

$$n = \frac{2,7225 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,680625}{0,01}$$

$$n = 68,0625 = 68 \text{ Responden}$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang di dapatkan adalah 68,0625 \approx 68 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 68 orang.

E. Data dan Sumber Data

Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Merupakan sebuah data dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden berupa kuesioner berisi daftar pertanyaan yang terstruktur dan materinya mengenai tanggapan konsumen.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh tidak langsung, yaitu data tersebut diperoleh penulis dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal, dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan materi penelitian.

F. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner (angket), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan penulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014). Penyebaran kuesioner diberikan kepada mustahik sebagai responden yang menjadi subjek atau sampel dalam penelitian ini, jawaban yang diberikan akan digolongkan berdasarkan skala *likert*. Setelah peneliti membuat kuesioner berdasarkan variabel yang ada maka akan diberi skor atau bobot untuk setiap pilihan jawaban, dalam menjawab pernyataan yang ada, responden diminta untuk menyatakan kesetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap isi

pernyataan. Penilaian 5 sampai 1 dikategorikan pernyataan *favourable*, dan penilaian 1 sampai 5 akan termasuk dari kategori pernyataan *unfavorable*. Nilai jawaban atau pernyataan sebagai berikut.

Tabel 3.1 Penilaian Jawaban Pertanyaan

No	Respon	Nilai	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1	Sangat Setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Kurang Setuju	3	3
4	Tidak Setuju	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber: Sugiyono (2018)

2. Dokumentasi. Dokumentasi merupakan data yang cara pengumpulannya mengumpulkan informasi secara menyeluruh yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti dan mempunyai nilai ilmiah, baik itu berupa catatan wawancara, rekaman, foto, dokumen, profil subjek penelitian dan lain sebagainya

G. Desain Pengukuran dan Instrumen Kuesioner

Skala *Likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dalam penelitian. (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D, 2017, hal. 134). Sehingga penulis pada penelitian ini menggunakan metode skala likert pada pengukuran jawaban responden.

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D, 2017, hal. 138) alat yang digunakan untuk

penelitian ini adalah kuisisioner. Instrumen kuesioner ini dikembangkan dari variabel penelitian, baik variabel independen maupun dependen. Sebagaimana dijelaskan di tabel berikut :

Tabel 3. 2 Indikator Kuesioner

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Harga (X_1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau. 2. Kesesuaian antara harga dengan kualitas. 3. Harga memiliki daya saing. 4. Informasi Harga yang Mudah Diakses. (Keller, 2008, hal. 27) 	Skala <i>Likert</i>
<i>Availability</i> (X_2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variasi Produk. 2. Kualias Produk. 3. Stok Produk. (Keller, 2008, hal. 346) 	Skala <i>Likert</i>
Kepercayaan Konsumen (X_3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesungguhan/Ketulusan (<i>Benevolence</i>). 2. Kemampuan (<i>Ability</i>). 	Skala <i>Likert</i>

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
	3. Integritas (<i>Integrity</i>). (Mayer, 2002, hal. 130)	
Keputusan Pembelian (Y)	1. Kemantapan pada Sebuah Produk. 2. Kebiasaan dalam membeli produk. 3. Kecepatan dalam membeli sebuah produk. (Kotler A. , 2012, hal. 222)	Skala <i>Likert</i>

H. Uji Alat Ukur

1. Uji Validitas

Dalam memperoleh alat ukur yang valid beserta item-item yang layak maka peneliti melakukan uji *Validitas* korelasi dengan *SPSS 26 for windows*. Sebuah item dalam kuesioner dinyatakan tidak valid apabila nilai r tabel lebih besar daripada r hitung dan dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel.

2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan cara untuk mengenali hasil pengukuran senantiasa tidak berubah - ubah, Uji *reliabilitas* merupakan sebuah uji yang dilakukan oleh peneliti untuk mengukur kestabilan dan koefisien responden dalam menjawab kuesioner yang diberikan berdasarkan variable-variabel

tersebut, dikatakan reliabel apabila jika *Cronbach's alpha*-nya memiliki nilai lebih dari $> 0,60$ bahwa reliable, uji ini menggunakan *SPSS 26 for windows*.

Berikut beberapa kategori dalam pengambilan keputusan uji *Reliabilitas*:

- a. *Reliabilitas* rendah apabila *Cronbach's alpha* $< 0,6$
- b. *Reliabilitas* moderat apabila *Cronbach's alpha* $0,51 - 0,70$
- c. *Reliabilitas* tinggi apabila *Cronbach's alpha* $0,71 - 0,90$
- d. *Reliabilitas* sempurna apabila *Cronbach's alpha* $> 0,91$

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Asumsi normalitas adalah asumsi residual berdistribusi normal, sehingga uji normalitas dilakukan pada residual model regresi. Untuk mengidentifikasi adanya pelanggaran asumsi normalitas dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*, uji Anderson-Darling, uji Shapiro-Wilk, dan uji Jarque-Bera. Penyebab tidak terpenuhinya asumsi normalitas adalah karena adanya data pencilan (*outlier*) dan data dimungkinkan tidak berdistribusi normal atau berdistribusi lain seperti *eksponensial*, *gamma*, dan lain-lain. Peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengetahui adanya pelanggaran asumsi normalitas. Aturan *Kolmogorov-Smirnov* adalah:

- 1) Jika probabilitas *Kolmogorov-Smirnov* $> 0,05$ maka residualnya berdistribusi normal,

- 2) Jika probabilitas *Kolmogorov-Smirnov* $< 0,05$ maka residualnya berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan keadaan dimana terdapat hubungan linear sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel bebas dari model regresi berganda. Dalam arti luas berarti terdapat korelasi yang tinggi diantara variabel bebas. Untuk melihat ada atau tidaknya gejala multokolinearitas dapat menggunakan nilai korelasi antar variabel (Bawono, 2018). Deteksi multokolinearitas yaitu:

- 1) Uji nilai korelasi antar variabel independen jika nilai korelasi sama maka ada multokolinearitas
- 2) Uji nilai VIF, jika masing-masing variabel independen mempunyai nilai centered VIF > 10 maka ada multokolinearitas

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varians antar variabel satu dengan pengamatan lainnya (Ghozali, 2013, hal. 34). Jika varians dari residual dari pengamat tetap maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heterokedastisitas atau homoskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glesjer, uji White, uji Harvey, uji Park, dan lainnya. Peneliti menggunakan pola gambar *scatterplot* untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas. Aturan deteksi pada heterokedastisitas pada pola gambar *scatterplot* yaitu jika titik-titik yang

menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas mampu secara menyeluruh bersama-sama menjelaskan tingkah laku variabel terikat adalah dengan menggunakan uji F. Selain mengetahui kemampuan secara bersama-sama variabel bebas menjelaskan variabel terikat, juga perlu mengetahui apakah setiap variabel bebas juga berpengaruh terhadap variabel terikat, untuk pengujian ini digunakan uji t.

Menyusun hipotesis yang ingin diuji adalah kemampuan variabel bebas menjelaskan tingkah laku variabel terikat, apabila variabel bebas tidak dapat mempengaruhi variabel bebas dapat dianggap nilai koefisien regresinya sama dengan nol, sehingga berapapun nilai variabel bebas, tidak akan berpengaruh terhadap variabel bebas. Variabel bebas dikatakan mempengaruhi mampu mempengaruhi dependent apabila nilai koefisien β_1 dan β_2 tidak sama dengan nol, apabila sama dengan nol, maka dikatakan tidak mampu mempengaruhi variabel bebas. Uji hipotesis diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Uji Koefisien Determinan^R

Suatu model mempunyai kebaikan dan kelemahan jika diterapkan dalam masalah yang berbeda. Untuk mengukur kebaikan suatu model (*goodnes of fit*) digunakan koefisien determinan^R. Koefisien deteminasi (R^2) menunjukkan suatu proporsi dari varian yang dapat diterangkan oleh persamaan regresi (*regression of sum squares-RSS*) terhadap varian total

(total *sum of squares*-RSS). Koefisien determinasi dirumuskan sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{\Sigma(Y - \bar{Y})^2}{\Sigma(Y - \bar{Y})^2}$$

Nilai koefisien determinan akan berkisar antara nol sampai satu. Nilai $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi atau variabel bebas yaitu baik variabel harga (X_1), *availability* (X_2) dan kepercayaan konsumen (X_3) mampu menerangkan variabel (Y) yaitu keputusan pembelian. Sebaliknya apabila nilai $R = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada total varians yang diterangkan oleh varians variabel bebas dari persamaan regresi. Menurut (A. Lind, 2005, hal. 276) nilai koefisien determinan lebih besar dari 0,5 menunjukkan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat dengan kuat.

b. Uji Analisis Linear regresi berganda

Analisis regresi linear berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (independen) yaitu harga (X_1), *availability* (X_2) dan kepercayaan konsumen (X_3) terhadap variabel terikat (dependen) keputusan pembelian sebagai variabel Y .

c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Pengujian terhadap pengaruh semua variabel independen di dalam model dapat dilakukan dengan uji simultan (uji F). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat dalam model secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Algifari, 2000, hal. 62)

d. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji secara parsial (Uji t) ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen X terhadap variabel dependen (Y) dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan. Pengujian dilakukan dengan 2 arah (2 tailed). Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Uji statistik T dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013, hal. 158)