

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yang merupakan metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan hubungan sebab akibat antara variabel yang digunakan untuk menghasilkan kesimpulan dengan menggunakan teknis statistik dalam mengumpulkan dan mengelola data (Priyono, 2016:188). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua variabel bebas, yaitu Harga ( $X_1$ ) dan Lokasi ( $X_2$ ) serta variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

#### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:135). Maka populasi yang digunakan untuk penelitian ini adalah konsumen *business to business* yang masih aktif membeli pada tahun 2019-2021 pada UD.ASS sejumlah 104 orang.

Menurut Sugiyono (2017:136), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili), kriteria sampel penelitian yang diambil adalah konsumen *business to business* yang masih aktif membeli pada tahun 2019-2021 pada UD.ASS. Sedangkan untuk penentuan jumlah sampel

penelitian ini, teknik *sampling* jenuh digunakan jika seluruh anggota populasi adalah sampelnya, dalam penelitian ini seluruh populasi yang digunakan sebagai sampel adalah 104 orang.

### **3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016:225), di mana dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner langsung ke sampel penelitian ini, yaitu konsumen produk UD.ASS. Sedangkan data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau berupa dokumen (Sugiyono, 2016:225), di mana data sekunder penelitian ini diperoleh dari jurnal-jurnal penelitian sebelumnya, buku, dan referensi lainnya.

Pengukuran semua variabel yang ada dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*, di mana skala ini biasanya digunakan bila peneliti ingin mengukur tentang suatu topik, pendapat, atau pengalaman secara keseluruhan. Dalam pengembangannya, skala *Likert* kemudian digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu potensi atau permasalahan suatu objek (Sugiyono, 2017:165). Tingkat persetujuan skala *Likert* dalam penelitian ini terbagi dalam 5 pilihan dari Sangat Tidak Setuju (STS) hingga Sangat Setuju (SS), yang dapat dilihat di bawah ini:

**Tabel 3.1 Skala Likert pada Kuesioner Penelitian**

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: data diolah, 2021

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini memiliki dua variabel bebas yaitu harga lokasi, serta variabel terikat keputusan pembelian.

**Tabel 3.2 Variabel dan Definisi Operasional**

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
<b>Persepsi Harga (X<sub>1</sub>)</b>	Persepsi harga juga diartikan sebagai penilaian pelanggan dalam bentuk emosional yang terasosiasi dalam kaitannya dengan apakah harga yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dan harga perbandingannya dengan perusahaan lain masuk akal, dapat dijustifikasi atau dapat diterima	1. <i>Affordability</i> (keterjangkauan) 2. <i>Compability</i> (Kesesuaian) 3. <i>Price of competitive</i> (harga bersaing)	Kotler dan Keller (2009, dalam Sholihuddin, 2020)
<b>Lokasi (X<sub>2</sub>)</b>	Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau kegiatan usaha dilakukan.	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas ( <i>traffic</i> ) 4. Tempat parkir yang luas dan aman 5. Ekspansi 6. Lingkungan	Abdurrahman dan Anggriani (2020)
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan	1. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk	Tjiptono (2008, dalam Kurniawan,

	keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli	2.Keinginan untuk mencoba suatu produk 3. Kemantapan akan kualitas produk 4. Keputusan pembelian ulang suatu produk	2018)
--	---	---	-------

Sumber: Data diolah, 2021

### 3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data secara *online* melalui penyebaran kuisisioner yang dilakukan secara langsung pada konsumen UD.ASS yang sudah pernah membeli produk pada UD.ASS. Bentuk kuisisioner adalah angket tertutup dimana responden menjawab pernyataan berdasarkan pilihan jawaban yang telah disediakan peneliti dengan menggunakan pengukuran Skala *Likert*.

### 3.6 Validitas dan Realibilitas

#### 3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016), uji validitas adalah uji yang menunjukkan sah dan tidaknya sebuah instrument. Instrument yang memiliki validitas tinggi dapat diartikan sebagai suatu instrument sah. Sebaliknya, instrument yang memiliki validitas rendah dapat diartikan sebagai instrument tidak sah. Perhitungan ini dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Guna mengetahui kevalidannya, perlu dilihat melalui table r, apabila nilai signifikansi dibawah 0,05 (tingkat kesalahan yang tidak sensitif) maka hal ini dapat dikatakan valid. Kuisisioner juga dianggap valid atau sah yang dibuktikan dari *pearson correlation* , kriteria pengujian yaitu apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$

dengan  $\alpha = 0,05$  maka alat ukur tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka alat ukur tersebut dinyatakan tidak valid atau dapat dilihat dari nilai *pearson correlation*  $> 0,5$  dan nilai sig. (2-tailed)  $> 0,05$ .

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:17) uji reliabilitas didefinisikan sebagai konsistensi dan stabilitas suatu data atau temuan. Suatu alat ukur menunjukkan kehandalan yang semakin tinggi apabila koefisien reliabilitasnya (*alpha*) mendekati angka 1. Apabila nilai *cronbach alpha*  $> 0,6$  maka variabel dianggap *reliable* atau handal dan sebaliknya.

## 3.7 Uji Asumsi Klasik

### 3.7.1 Uji Normalitas

Priyanto (2017:109) normalitas data merupakan hal yang penting karena dengan data yang terdistribusi normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi. Penelitian ini menggunakan metode uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dan kriteria yang berlaku yaitu jika nilai signifikansi lebih dari tingkat signifikansi (0,05), artinya residual berdistribusi normal.

### 3.7.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno (2017:120), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan batasan nilai maksimum VIF yang umumnya



digunakan untuk menjustifikasi adanya kolineritas adalah 10. Jika nilai VIF<10, maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

### 3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2017:125), uji heteroskedastisitas merupakan pengujian pada seluruh varian residual yang bervariasi pada semua pengamatan dalam model regresi, di mana model yang baik seharusnya tidak mengalami heteroskedastisitas. Penelitian ini akan menggunakan Uji *Glejser* untuk pengujian heteroskedastisitas, di mana jika nilai signifikansi setiap variabel bebas di atas 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas di model penelitian.

## 3.8 Model Analisis Data

### 3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode statistik dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan perangkat lunak SPSS. Menurut Ghozali (2016:57) analisis regresi linier berganda adalah analisis untuk mengetahui pengaruh dari satu variabel atau lebih variabel bebas (variabel prediktor) terhadap variabel terikat. Analisis regresi linier berganda memiliki tujuan mengetahui pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian UD.ASS.

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ) dan satu terikat ( $Y$ ). Bentuk pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

$a$  = Konstanta

$X_1$  = Persepsi Harga

$X_2$  = Lokasi

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien regresi

$e$  = Error

### 3.8.2 Uji F

Menurut Ghozali (2016:97-98) Uji F atau uji koefisien adalah uji untuk mengetahui kelayakan model pada penelitian. Pengujian ini memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Sig < 0,05 menunjukkan model ini layak untuk dipakai pada penelitian.
2. Sig > 0,05 menunjukkan uji model ini tidak layak untuk dipakai pada penelitian.

### 3.8.3 Uji t

Menurut Ghozali (2016:99) uji t adalah uji untuk menguji makna koefisien sendiri – sendiri atau parsial. Jika nilai sig. uji t < 0,05 berarti variabel bebas secara individual memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

### 3.8.4 Koefisien Korelasi (R)

Priyatno (2017:142) R adalah korelasi berganda, dimana digunakan untuk mengukur korelasi antara dua variabel independen atau lebih terhadap variabel dependen. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilai R mendekati angka 1 maka dapat dinyatakan bahwa hubungan antar variabel yang diteliti semakin erat, tetapi jika nilai R mendekati angka 0, maka dapat dinyatakan bahwa hubungan antar variabel semakin lemah.

### 3.8.5 Koefisien Determinasi (*R square*)

Menurut Priyatno (2017:142) *R square* memperlihatkan koefisien determinasi. Angka koefisien determinasi akan diubah ke bentuk persen dimana menunjukkan besar presentase yang diberikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang diteliti. Lind, *et al.* (2014:123) nilai *R square* yang mendekati 0 maka angka ini menunjukkan hubungan yang lemah pada seluruh variabel bebas dengan variabel terikatnya. Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 menunjukkan hubungan yang kuat.

