

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam usaha menguji hipotesis yang telah disusun. Penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dari hasilnya (Arikunto: 2006). Dimana dalam penelitian ini diawali dari landasan teoritis untuk memahami permasalahan atau fenomena yang berkembang. Alat ukur penelitian ini berupa kuesioner, data yang diperoleh berupa jawaban dari karyawan terhadap pernyataan yang diajukan. Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka jenis penelitian ini adalah *explanatory*.

Menurut Supriyanto & Masyhuri (2010) penelitian eksplanatori (*explanatory research*) adalah untuk menguji antar variabel yang di hipotesiskan. Penelitian ini terdapat hipotesis yang akan diuji sebenarnya. Hipotesis ini menggambarkan hubungan antara dua variabel, untuk mengetahui apakah variabel berasosiasi atautakah tidak dengan variabel lainnya, atau apakah variabel disebabkan atau dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya

#### **B. Tahapan Penelitian**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan sejumlah individu atau penduduk yang setidaknya memiliki kesamaan sifat (Hadi: 2000). Menurut Sugiyono (2010) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pada Chandra Departemen Store Kota Metro.

##### **2. Sampel**

Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu konsumen pada Chandra Departemen Store Kota Metro dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono (2011:87). Adapun penelitian ini menggunakan

rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,05 (5%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan metode sensus berdasarkan pada ketentuan yang dikemukakan oleh Sugiono (2010), yang mengatakan bahwa "Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus."

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan pengambilan sampel secara *accidental* dengan mengambil responden yang kebetulan ada disuatu tempat yang sesuai dengan tempat penelitian (Notoatmodjo, 2010). Sehingga dalam teknik *accidental sampling* ini peneliti mengambil responden pada saat itu juga di Chandra Departemen store. Penggunaan *Accidental Sampling* ini dikarenakan tidak semua konsumen datang untuk berbelanja, karena bisa saja karena ingin melihat promosi apa saja yang ditawarkan di Chandra Departemen store.

### C. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:38). Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Budgetary Slack maka penulis mengelompokan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Adapun penjelasannya sebagai berikut :

#### 1. Variable bebas (independent variable)

Variable bebas (X) variable ini sering disebut sebagai variable stimulus, predictor, abtecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variable bebas. Variable bebas adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat). (Sugiyono, 2010 :39).

Dalam penelitian ini variabel independen yang diteliti adalah

- a. Harga ( $X_1$ ) merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa
- b. Promosi ( $X_2$ ) adalah insentif-insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Bentuk promosi yang digunakan mencakup discounts, coupons, displays, demonstrations, contects, sweepstakes, dan events
- c. Lokasi ( $X_3$ ) merupakan letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba

#### 2. Variable Terikat (Dependent variable)

Variable terikat adalah variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas (Sugiyono, 2010 : 39). Dalam penelitian ini variabel independen yang diteliti adalah kepuasan konsumen. Robbins *dalam* Anwar Prabu Mangkunegara (2005) menyatakan bahwa kepuasan konsumen kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan..

Penelitian ini menggunakan skala likert pada angket. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2010 : 93) skala *Likert* digunakan untuk mengukur

sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Adapun tabel alternatif jawabannya sebagai berikut:

**Tabel 3 Ketentuan Skor**

No	Indikator	Nilai
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Observasi**

Menurut Beni Ahmad Saebani (2008: 186), mengemukakan bahwa: observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Dengan demikian penulis melakukan observasi yang memang sangat penting dalam proses pengumpulan data yang benar-benar riil dan yang berkenaan tentang pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pusat perbelanjaan Chandra Kota Metro. Observasi yang dilakukan dengan mengamati secara langsung tanah wakaf sebagai objek penelitian dan juga bentuk pemanfaatan tanah wakaf yang dilakukan oleh nadzir.

##### **2. Interview**

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan sistem pengumpulan data, jadi dalam mengumpulkan data yaitu menggunakan pendekatan wawancara. Menurut S. Nasution (2009: 113) wawancara atau interview adalah suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Wawancara dilakukan secara tatap muka untuk memperoleh data-data tentang pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pusat perbelanjaan Chandra Kota Metro. Peneliti melakukan wawancara dengan konsumen Chandra Kota Metro.

### 3. Kuesioner

Kuesioner: merupakan angket yang disusun terstruktur guna menjangkau data, sehingga diperoleh data akurat berupa tanggapan langsung responden. Tujuan pembuatan kuesioner (angket) untuk memperoleh informasi yang relevan dalam penelitian (Supriyanto dan Maharani: 2013)

### 4. Dokumentasi

Dokumentasi: dalam penelitian ini data yang diambil yaitu sejarah pengembangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan, tugas dan wewenang dari setiap personil, jumlah seluruh karyawan (Supriyanto dan Maharani: 2013)

## E. Teknik Analisis Data

### 1. Pengujian Persyaratan Instrumen

#### a. Uji Validitas

Sebuah instrumen dikatakan valid, jika instrumen itu mampu mengukur apa yang seharusnya diukur menurut situasi dan tujuan tertentu. Dengan kata lain, secara sederhana dapat dikatakan bahwa sebuah instrumen dianggap valid, jika instrumen itu benar-benar dapat dijadikan alat untuk mengukur apa yang diukur. *Instrumen* yang dimaksud adalah kuesioner. Uji Validitas digunakan rumus korelasi *Product Moment* (Anas Sudijono, 2012: 206) sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Angka Indeks Korelasi "r" Product Moment

N = Number of Cases

$\sum xy$  = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan Y

$\sum X$  = Jumlah seluruh skor X

$\sum Y$  = Jumlah seluruh skor Y

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui ketetapan suatu instrumen (alat ukur) didalam mengukur gejala yang sama walaupun dalam waktu yang berbeda. Hasil pengukuran yang

memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi akan mampu memberikan hasil yang terpercaya. Tinggi rendahnya reliabilitas instrumen ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Jika suatu instrumen dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya yang diperoleh konsisten, instrumen itu reliabel. Untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini, menggunakan koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach* yaitu :

$$r_{11} \left( \frac{k}{k - 1} \right) \left( 1 - \frac{\sum a_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

$R_{11}$  = reliabilitas instrumen

$K$  = banyaknya butir pernyataan

$\sum a_b^2$  = jumlah varians butir

$\sigma_t^2$  = varians total

Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel dapat dipercaya.

## 2. Pengujian Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas data dilakukan guna mengetahui apakah data yang diperoleh dari hasil penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini pengujian normalitas menggunakan metode Liliefors, dengan perhitungan menggunakan bantuan program *SPSS 16.0 for windows*, dengan rumus statistik sebagai berikut:

#### 1) Hipotesis

$H_0$  = data berasal dari populasi yang berdistribusi normal

$H_1$  = data tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal

#### 2) Statistik Uji

$$L = \text{Maks} |F(z_i) - S(z_i)| \quad (\text{Budiyono, 2009: 169-171})$$

$$\text{Dimana } z_i = \frac{x_i - \bar{x}}{s}$$

dengan :

$L$  : koefisien Lilliefors dari pengamatan

$$F(z_i) = P(Z \leq z_i); Z \sim N(0, 1)$$

$S(z_i)$  = proporsi cacah  $Z \leq z_i$  terhadap seluruh cacah  $z$

3) Taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$

4) Keputusan uji

$H_0$  diterima jika  $L_{lilliefors} < L_{tabel}$

$H_0$  ditolak jika  $L_{lilliefors} > L_{tabel}$

### b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah 2 variabel secara signifikan memiliki hubungan yang linier atau tidak. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS *Test For Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Apabila dua variabel memiliki signifikan  $\leq 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat dikatakan variabel tersebut memiliki hubungan yang linier.

### c. Uji Homogenitas

Uji Homogenitas digunakan untuk mengetahui sama tidaknya pada beberapa varian populasi data. Uji ini menjadi syarat dalam analisis *Independent Samples T tes* dan *One Way ANOVA*. Asumsinya adalah varian dari populasi sama, nilai signifikansi  $> 0,05$  dapat dikatakan varian dua variabel atau lebih tersebut sama.

## 3. Pengujian Model Analisis

### a. Uji T

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat. Kriteria yang digunakan adalah :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

$r$  = korelasi parsial yang ditemukan

$n$  = jumlah sampel

$t = t$  hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan  $t$  table

$H_0 : b_i = 0$ , artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_1 : b_i > 0$ , artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

- a) Taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ).
- b) Distribusi  $t$  dengan derajat kebebasan  $(n-k)$ .
- c) Apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- d) Apabila  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

#### b. Uji F

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Kualitas Produk ( $X_3$ ) secara simultan terhadap variabel terikat, yaitu Kepuasan konsumen ( $Y$ ). Kriteria yang digunakan adalah :

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda

$k$  = jumlah variable independen

$n$  = jumlah anggota sampel

$F$  =  $F$  hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan  $F$  table

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

- a) Taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ).
- b) Distribusi  $t$  dengan derajat kebebasan  $(n-k)$ .
- c) Apabila  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- d) Apabila  $F$  hitung  $<$   $F$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### c. Uji Persamaan Regresi Linier Berganda

Regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independent. Model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

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

Untuk menguji regresi linier berganda bersamaan

dilakukan pengujian asumsi klasik karena variabel independennya lebih dari satu maka perlu diuji keindependenan hasil uji regresi dari masing-masing variabel independent terhadap variabel sependennya.

**d. Uji R<sup>2</sup>**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilainya adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. 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 data koefisien determinasi tinggi.

**4. Hipotesis Statistik**

Hipotesis Statistik merupakan dugaan atau persyaratan yang perlu di uji kebenarannya. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis penelitian ini adalah:

- a) H<sub>0</sub>:  $\beta_1 X_1 \leq 0$  : Harga (X<sub>1</sub>) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y)  
H<sub>a</sub>:  $\beta_1 X_1 \geq 0$  : Harga (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y)
- b) H<sub>0</sub>:  $\beta_2 X_2 \leq 0$  : Promosi (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y)  
H<sub>a</sub>:  $\beta_2 X_2 \geq 0$  : Promosi (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y)
- c) H<sub>0</sub>:  $\beta_3 X_3 \leq 0$  : Lokasi (X<sub>3</sub>) tidak berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan (Y)  
H<sub>a</sub>:  $\beta_3 X_3 \geq 0$  : Lokasi (X<sub>3</sub>) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y)

- d)  $H_0: \beta_{1,2,3}X_{1,2,3} \leq 0$  : Harga ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ) dan Lokasi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan ( $Y$ )  
 $H_a: \beta_{1,2,3}X_{1,2,3} \geq 0$  : Harga ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ) dan Lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ )