

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan rancangan *deskriptif asosiatif*. Menurut Aini, A. N. (2017) penelitian *deskriptif asosiatif* adalah “penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Menurut Sugiyono (2018:13) data kuantitatif merupakan

Metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dan lokasi penelitian ini dilakukan pada MBC Swalayan yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta No. 43 Mulyojati Metro Barat Kota Metro dimana perusahaan tersebut bergerak dibidang (*Ritel*) penjualan produk eceran.

Bahwa keputusan pembelian dapat dipahami dengan perilaku konsumen serta bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian maka pengkombinasian dimensi dari (*Retailing mix*) 1) Kualitas pelayanan, dan 2) Kelengkapan produk yang tepat oleh pengecer diharapkan akan dapat menarik pasar sasaran melalui pembelian oleh konsumen.

C. Metode Penelitian

1. Operasionalisasi Variabel

Operasional disini menjelaskan mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan memberikan kesimpulan mengenai batasan serta ruang lingkup penelitian, dari variable yang dianalisis meliputi :

a. Kualitas Pelayanan

1) Definisi Konsep

Kualitas pelayanan dapat memberikan dorongan bagi konsumen dalam menjalin ikatan hubungan yang kuat untuk instansi/lembaga atau perusahaan sebagai pemberi layanan jasa. Sehingga pemberi layanan jasa dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

2) Definisi Operasional

Kualitas pelayanan dapat memberikan dorongan bagi konsumen dalam menjalin ikatan hubungan yang kuat untuk instansi/lembaga atau perusahaan sebagai pemberi layanan jasa. Sehingga pemberi layanan jasa dapat meningkatkan kepuasan pengunjung yang diukur dengan skala likert dari indikator: 1) Bukti Fisik, 2) Keandalan, 3) Responsiveness/Ketanggapan, 4) Jaminan, 5) Empati.

b. Kelengkapan Produk

1) Definisi Konsep

kelengkapan produk adalah suatu barang yang berwujud atau tak berwujud dimana dalam produk dengan membayar atau menukar dengan uang sebagai alat bayar dan dapat memberikan rasa puas karena mendapatkan barang tersebut atau mendapatkan jasa yang sesuai diinginkan konsumen.

2) Definisi Operasional

Kelengkapan produk adalah suatu barang yang berwujud atau tak berwujud dimana dalam produk tersebut meliputi 1) aneka macam produk 2) varian produk yang dijual, 3) Ketersediaan barang yang dijual, 4) berbagai merek yang dijual. dengan membayar atau menukar dengan uang sebagai alat bayar dan dapat memberikan rasa puas karena mendapatkan barang tersebut atau mendapatkan jasa yang sesuai diinginkan konsumen.

c. Keputusan Pembelian

1) Definisi konseptual

Sebuah perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian berdasarkan kelengkapan produk serta pelayanan pegawai yang ada di toko MBC Swalayan Kota Metro.

2) Definisi operasional

Keputusan pembelian dapat dipahami dengan perilaku konsumen serta bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian maka dimensi itu adalah (*Retailing mix*) 1) produk, 2) harga, 3) promosi, dan 4) lokasi yang tepat oleh pengecer diharapkan akan dapat menarik pasar sasaran melalui pembelian oleh konsumen.

Tabel 3. Kisi-Kisi instrumen

Variabel	Indikator	Prediktor	Butir Item	
			Jml Butir	Nomor Butir
Kualitas Pelayanan (X ₁)	1. Bukti Fisik	1.1 Tampilan	5	1,2,3,4,5
	2. Keandalan	1.2 Sesuai harapan	4	6,7,8,9
	3. Ketanggapan	1.3 Kesigapan	4	10,11,12,13
	4. Jaminan	1.4 Wawasan	4	14,15,16,17
	5. Empati	1.5 Memberikan Kemudahan	4	18,19,20
Total				20
Kelengkapan Produk (X ₂)	1. Aneka macam produk	1.1 Macam pilihan produk	5	1,2,3,4,5
	2. Varian Produk yang dijual	1.2 Banyak varian	5	6,7,8,9,10
	3. Ketersediaan barang yang dijual	1.3 persaingan produk	5	11,12,13,14,15
	4. Berbagai merek yang dijual	1.4 Banyak Diskon	5	16,17,18,19,20
Total				20
Keputusan pembelian (Y)	1. Produk	1.1 Produk menarik	5	1,2,3,4,5
	2. Harga	1.2 Harga terjangkau	5	6,7,8,9,10
	3. Promosi	1.3 Promosi baik	5	11,12,13,14,15
	4. Lokasi yang tepat	1.4 Tempat strategis	5	16,17,18,19,20
Total				20

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah “keseluruhan yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai mutu dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik interprestasinya”, Manalu, A (2019: 90). Sedangkan dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel selama 30

hari. Dan diketemukan transaksi penjualan serta terjadinya keputusan pembelian sebanyak 14.155 responden.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, Riyadi, K. (2020). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah “*purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu”. Adapun teknik untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Dimana : n = Jumlah sample
 N = Jumlah Populasi
 e = Presisi Yang Di Tetapkan

Penggunaan rumus Slovin menurut Wardani, A. (2018: 14) dikarenakan dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, maka jumlah sample adalah:

$$n = \frac{14.155}{1 + 14.155 \cdot (0,1)^2} = \frac{14.155}{141,56} = 99,99 \quad \text{atau} \quad \text{dibulatkan} \quad \text{menjadi} \quad 100 \quad \text{responden}$$

Dari perhitungan tersebut maka di peroleh sampel yang di bulatkan menjadi 100 responden. Akan tetapi dalam riset peneliti, yang mengisi pada angket kuesioner di lapangan mendapati jumlah kuesioner sebanyak 104 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Riyadi, K. (2020: 21) ada dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data penelitian, yaitu

Kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data kualitas instrumen penelitian berkaitan dengan validitas dan reliabilitas instrumen serta kualitas pengumpulan data mengenai ketepatan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data.

Oleh karena itu, suatu instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya belum tentu menghasilkan data yang valid dan reliabel jika instrumen tersebut tidak digunakan dengan baik dalam pengumpulan data.

Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dapat dipeloreh dari beberapa sumber, sumber ini dapat diperoleh melalui :

1. Study kepustakaan (*library research*)
2. Penelitian lapangan (*field research*)
3. Angket (*Quesioner*)

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan kepada pelanggan yang isinya berkaitan dengan kualitas produk dan keputusan pembelian.

Tabel 4. Nilai Jawaban Kuisisioner

Jawaban	Positif	Negatif
A = Sangat setuju	5	1
B = Setuju	4	2
C = Netral	3	3
D = Tidak setuju	2	4
E = Sangat tidak setuju	1	5

E. Pengujian Persyaratan Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item kuesioner, untuk menentukan apakah suatu item layak di gunakan atau tidak. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan komputer program IBM SPSS versi 25, *Software SPSS (Statistic Product and Service Solution)*.

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = koefisien korelasi
- x = skor item
- y = skor total dari y
- n = jumlah banyaknya subjek

Menurut Riyadi K(2020) uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka pertanyaan atau indikator pada kuesioner tersebut adalah valid. Sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama Anggriani, A. F. (2021).

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum x_{ab}^2}{a_1^2} \right]$$

Keterangan:

- r = reliabilitas instrumen
- k = banyaknya item pertanyaan atau pernyataan
- $\sum x_{ab}^2$ = jumlah varian butir
- a_1^2 = jumlah varian total

Menurut Riyadi, K (2020) "suatu konstruk/ variable dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Croanbach Alpha* > 0,05".

F. Pengujian prasarat analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui kondisi data apakah berdistribusi normal atau tidak. Kondisi data berdistribusi normal menjadi syarat menemukan uji-t yang digunakan. Pengelolaan data dari uji normalitas dengan menggunakan program SPSS Versi 25.0 for Window dengan *Uji Shapiro-Wilk* dengan menu: pilih view data – pilih *analyze* - pilih *descriptive statistic*- pilih *explore* – klik *plots* – ceklis *normality plots with test-continue* – klik ok. Dengan pengambilan keputusan dalam uji normalitas shapiro-wilk:

- Jika Nilai Sig. \leq 0,05 maka H_0 bahwa data berdistribusi normal ditolak.
- Jika Nilai Sig. $>$ 0,05 maka H_0 diterima. Atau data terdistribusi normal. (Sugiyono, 2017: 3)

2. Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah keempat variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan, Riyadi K (2020)

Kaidah yang digunakan untuk menguji linearitas data adalah :

- a. Jika signifikansi (*Significance level*) >0.05 , maka data tidak mempunyai hubungan yang linier.
- b. Jika signifikansi (*Significance level*) <0.05 maka data mempunyai hubungan yang linier.

3. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa variabel populasi adalah sama atau tidak. Uji ini dilakukan sebagai persyaratan dalam analisis *independent sampel T Test* dan ANOVA. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama, Riyadi K (2020).

G. Pengujian Hipotesis Regresi

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan, kelengkapan produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Secara umum persamaan regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut : Riyadi K (2020).

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

Keterangan :

Y	= Keputusan Pembelian
X ₁	= Kualitas Pelayanan
X ₂	= kelengkapan Produk
α	= Kostanta
b ₁ b ₂	= Koefisien Regresi Berganda
e	= Standard Error

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada di dalam daerah kritis (daerah dimana H₀ ditolak).

Sebaliknya disebut tidak signifikan bila uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

2. Uji Parsial t

Uji t berfungsi untuk mengetahui pengaruh secara individual antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Uji t dirumuskan sebagai berikut :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\beta_1}{s\beta_1}$$

Keterangan :

Sumber : Ardiana, (2017).

β_1 = Koefisien Regresi

$s\beta_1$ = Simpanan Baku $s\beta_1$

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai t hitung dengan tabel atau bisa juga dengan memperhitungkan signifikansi t lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau lebih besar dari 0,05.

Kriteria untuk menerima dan menolak suatu hipotesis adalah :

Nilai t hitung \leq T tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak

Nilai t hitung $>$ T tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima Atau dengan melihat signifikansi t, yaitu :

Signifikansi t $>$ 0.05 maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis (H_a) diterima

Signifikansi t \leq 0.05 maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis (H_a) ditolak.

3. Uji f (simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel *independent* yaitu (X_1) dan (X_2), secara bersamaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* yaitu Keputusan Pembelian (Y). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F dengan menggunakan SPSS dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan 5% adalah Riyadi K, (2020)

- Jika nilai signifikan $<$ 0,05, atau f hitung $>$ dari f tabel maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, atau f hitung \leq dari f tabel maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Koefisien Determinasi R^2

Menurut Riyadi, K (2020) “Koefisien Determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh variabel-variabel dependen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen yang sangat terbatas”. Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total dalam variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen secara bersama-sama, dan besarnya berpengaruh yang disebabkan oleh variabel lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$KD : R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

K : Koefisien Determinasi

R^2 : Koefisien Korelasi

H. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik merupakan penegasan atau dugaan tentang keadaan suatu populasi, yang keadaannya masih bersifat sementara atau memang lemah. jika hipotesis penelitian diuji dengan perhitungan statistik, maka rumusan hipotesis harus diubah menjadi rumusan hipotesis penelitian, dan hanya satu yang ditulis yaitu hipotesis alternatif (H_a) atau hipotesis nol (H_0) yang berarti menolak H_a . , dan sebaliknya. Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pengujian pengaruh kualitas pelayanan (X_1), dengan Keputusan Pembelian(Y)

$H_0 : \beta_1 \leq 0$ = Kualitas pelayanan X_1 Tidak terdapat pengaruh dengan Keputusan Pembelian Y .

$H_a : \beta_1 > 0$ = Kualitas pelayanan X_1 Terdapat pengaruh dengan Keputusan Pembelian Y .

Pengujian kelengkapan produk (X_2) dengan keputusan pembelian (Y)

$H_0 : \beta_2 \leq 0$ = Kelengkapan Produk X_1 Tidak terdapat pengaruh dengan Keputusan Pembelian Y .

$H_a : \beta_2 > 0$ = Kelengkapan produk X_1 Terdapat pengaruh dengan Keputusan

Pembelian Y.

Pengujian pengaruh Kualitas pelayanan (X_1) dan Kelengkapan Produk (X_2), secara bersamaan dengan Keputusan Pembelian (Y)

$H_0 : \beta_1, \beta_2 \leq 0$ = Kualitas pelayanan (X_1), Kelengkapan produk (X_2), tidak terdapat pengaruh secara simultan dengan keputusan pembelian (Y).

$H_a : \beta_1, \beta_2 > 0$ = Kualitas pelayanan (X_1), Kelengkapan produk (X_2), terdapat pengaruh secara simultan dengan keputusan pembelian (Y).