

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik atau angka.

Sumber data ini diperoleh langsung dari individu yang menjadi subjek penelitian dimana data yang dihasilkan dari hasil kuesioner yang di sebarakan kepada sampel yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu konsumen d'Besto yang berdomisili maupun yang berkunjung ke Bukittinggi.

B. Populasi dan Sampel

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,¹

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang berbelanja di d'Besto, oleh karena itu populasi ini merupakan populasi tak terbatas atau tak hingga karena tidak dapat diketahui secara pasti ukuran populasi sebenarnya dari konsumen yang datang berbelanja ke d'Besto.

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.117

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.² Sampel diambil karena tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi.

a. Teknik pengambilan sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*, dimana pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang peneliti temui secara aksidental dimana sampel tersebut memenuhi karakteristik populasi sehingga dipandang cocok sebagai sumber data.

b. Teknik penarikan sampel

Teknik penarikan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus lameshow sebab jumlah populasi tidak diketahui. Rumus lameshow adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 \times P(1-P)}{d^2} (4-1)$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,10^2} (1-4)$$

$$n = 96,04$$

Keterangan:

n= jumlah sampel

z= skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P= maksimal estimasi = 0,5

²*Ibid.*, h.118

$d = \alpha (0,10)$ atau sampling error = 10%

Dengan menggunakan rumus lameshow, sehingga diperoleh nilai $n=96,04$ dan dibulatkan menjadi 100. artinya jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 100 responden.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Studi kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan (*Library Research*), yaitu yang dilakukan dengan membaca buku-buku literature yang relevan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, skripsi maupun thesis sebagai acuan penelitian terdahulu, dan dengan cara *browsing* di internet untuk mencari artikel-artikel serta jurnal-jurnal atau data-data yang membantu hasil dari penelitian.

2. Penelitian Lapangan (*field research*)

Penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang didasarkan pada peninjauan langsung dilapangan untu mendapatkan data yang diperlukan dengan melakukan wawancara, pengamatan, mengajukan pertanyaan dan kombinasi dari semua cara di atas.

3. Teknik penyebaran kuesioner

Teknik penyebaran kuesioner, yaitu dengan menyebarkan kuesioner yang berisikan daftar pertanyaan kepada responden. Hasil ini dapat juga dijadikan salah satu informasi untuk menjelaskan dan menganalisa permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas).

1. Variabel Dependen (Y)

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Ada tiga aktivitas yang berlangsung dalam proses keputusan pembelian oleh konsumen:

- a. Rutinitas konsumen dalam melakukan pembelian.
- b. Kualitas yang diperoleh dari suatu keputusan pembelian.
- c. Komitmen atau loyalitas konsumen untuk tidak akan mengganti keputusan yang sudah biasa dibeli dengan pesaing.

2. Variabel Independen (X)

a. Kehalalan Produk (X_1)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Sedangkan secara konseptual. Intensitas kompetisi di pasar memaksa suatu perusahaan untuk mengupayakan adaptasi produk yang tinggi guna meraih keunggulan yang kompetitif atas pesaing, karena adaptasi produk dapat memperluas basis pasar lokal dan ditingkatkan untuk preferensi lokal tertentu. Konsumen semakin banyak memiliki alternatif dan sangat berhati-hati dalam menentukan keputusan untuk melakukan

pembelian dengan mempertimbangkan faktor-faktor kebutuhan, keunggulan produk, pelayanan dan perbandingan harga sebelum memutuskan untuk membeli. Selain dari faktor tersebut, kehalalan produk juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Produk halal menjelaskan bahwa produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syari'at.

b. Harga (X_2)

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Harga harus mencerminkan nilai konsumen bersedia membayar harga dibandingkan harus mencerminkan hanya biaya pembuatan produk atau memberikan layanan. artinya harga meruakan sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang memiliki manfaat serta penggunaannya.

c. Lokasi (X_3)

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi yang tepat bagi bidang usaha tersebut

merupakan suatu modal dalam mencapai tujuannya, sebaliknya lokasi yang salah akan menghambat segala gerak gerik perusahaan sehingga akan membatasi kemampuannya memperoleh keuntungan maupun kelangsungan usahanya

E. Instrumen Penelitian

Adapun bentuk instrumen pengumpulan data primer adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini disusun dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Teknik yang diterapkan adalah berdasarkan rangking atau peringkat yang dinyatakan dimana responden hanya memilih satu dari alternative yang disediakan.

Tabel 3.1

Alternatif jawaban responden

| No | Pernyataan | skor |
|-----------|---------------------|-------------|
| 1 | Sangat Setuju | 5 |
| 2 | Setuju | 4 |
| 3 | Kurang Setuju | 3 |
| 4 | Tidak Setuju | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 1 |

F. Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

Berdasarkan instrumen pengukuran yang telah ditetapkan, maka perlu dilakukan uji kualitas data yang terdiri dari :

a. Uji validitas

Validitas adalah satu pengujian yang dilakukan untuk mengukur validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jika suatu indikator mempunyai korelasi antara skor masing- masing indikator terhadap skor totalnya, maka dikatakan indikator tersebut valid. Kriteria penilaian uji validitas adalah :

- 1) Apabila $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$, maka item kuesioner itu valid.
- 2) Apabila $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah suatu pengujian untuk mengukur validnya suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Reabilitas juga merupakan alat ukur yang menunjukkan pada kita tentang sifat suatu alat ukur dalam pengertian apakah suatu alat yang cukup akurat, stabil atau konsisten dalam mengukur apa yang ingin diukur. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang tentang pernyataan tersebut konsisten atau

stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reabilitas suatu kuesioner digunakan uji statistik Cronbach Alfa (α). suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alfa (α) $> 0,60$, dan sebaliknya suatu variabel dikatakan tidak reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alfa $< 0,60$.

2. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah langkah awal yang harus dilakukan untuk setiap analisis Multivariate. Pengujian normalitas penelitian ini dilakukan pada model regresi yaitu dengan menggunakan pengujian signifikansi *Kolmogrov-Smirnov*. Dimana syarat data terdistribusi normal yaitu jika nilai signifikansi *Kolmogrov-Smirnov* $\geq 0,05$.

Uji ini merupakan pengujian yang paling banyak dilakukan untuk analisis statistik parametrik. Penggunaan uji normalitas karena pada analisis statistik parametrik, asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut terdistribusi secara normal. Maksud data terdistribusi secara normal disini adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal. Distribusi normal data dengan bentuk distribusi normal dimana data memusat pada nilai rata-rata dan medium.

3. Uji Asumsi Klasik

Model regresi akan menghasilkan estimator tidak biasa jika memenuhi asumsi klasik yaitu bebas multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Jika asumsi klasik tidak terpenuhi maka variabel-variabel yang menjelaskan model menjadi tidak efisien.

Maksud dan tujuan dilakukannya pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik yaitu untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh mengalami penyimpangan asumsi klasik atau tidak. Apabila model regresi yang diperoleh mengalami penyimpangan terhadap salah satu asumsi klasik yang diujikan, maka persamaan regresi yang diperoleh tersebut tidak efisien untuk menggeneralisasikan hasil penelitian yang berupa sampel ke populasi karena akan terjadi bias yang artinya hasil penelitian bukan semata pengaruh dari variabel-variabel yang diteliti tetapi ada faktor pengganggu lainnya yang ikut mempengaruhinya.

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain.³

Pengujian yang dilakukan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatter Plot*. Jika *Scatter Plot* menunjukkan adanya pola tertentu maka terdapat heteroskedastisitas. Jika titik-titiknya menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang

³Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.158

disusun menurut runtut waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi.⁴

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu (error) pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya, jika ada berarti terdapat autokorelasi. Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji Durbin-Waston (DW) test dengan kriteria:

- 1) Jika angka Durbin-Waston (DW) dibawah -2 , berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika angka Durbin-Waston (DW) diantara -2 sampai $+2$, berarti tidak terdapat autokorelasi.
- 3) Jika angka Durbin-Waston (DW) diatas $+2$, berarti terdapat korelasi negatif.

c. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi mengandung multikolinearitas jika ada hubungan yang sempurna antara variabel independent atau terdapat korelasi linear. Konsekuensinya adalah bahwa kesalahan standar estimasi akan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel independent, tingkat signifikansi yang digunakan untuk menolak hipotesis nol akan semakin besar, dan probabilitas menerima

⁴*Ibid.*,

hipotesis yang salah juga semakin besar. Sehingga model regresi yang diperoleh tidak valid untuk menaksir nilai variabel independent.

Multikolinearitas dapat dilihat dari tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *Cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance < 0,10 atau sama dengan VIF < 10

4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda (*Multivariate Regression*) merupakan suatu model dimana variable terikat tergantung dua atau lebih variable bebas. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh lebih dari satu variable bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi linear berganda dapat dinyatakan dengan fungsi persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + E$$

Dimana :

Y = variabel Keputusan Pembelian

α = konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien Regresi Parsial

x1 = Variabel Produk

x2 = Variabel Harga

x3 = Variabel Lokasi

E = Standar error

5. Pengujian Hipotesis

Dalam analisis regresi penulis menggunakan tiga pengujian yaitu secara parsial (Uji t), secara menyeluruh atau simultan (Uji F) dan koefisien determinasi (R^2).

a. Uji t

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel independent secara individual dalam menerangkan variabel dependent. Dengan menguji koefisien variabel independent atau uji parsial untuk semua variabel independent. Uji ini membandingkan t hitung dengan t tabel yaitu bila t hitung $>$ t tabel berarti bahwa variabel bebas mampu mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka variabel bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, dalam hal ini tingkat kepercayaan α sebesar 0,05 (5%).

Jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependent. Uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dan F tabel. Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu:

Jika F hitung $<$ F tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi dalam variabel bebas mampu menjelaskan bersama-sama variabel terikat atau seberapa baik model regresi yang telah dibuat tersebut cocok dengan data yang ada. Semakin besar koefisien determinasinya, maka semakin baik variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

Untuk mengetahui variabel bebas mana yang paling berpengaruh terhadap variabel terikatnya dapat dilihat dari koefisien korelasi parsialnya. Variabel bebas yang saling berpengaruh terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien korelasi parsial yang paling besar. Nilai koefisien determinasi akan berkisar 0 sampai 1, apabila nilai koefisien determinasi = 1 menunjukkan 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi, atau variabel bebas mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi = 0 menunjukkan bahwa tidak ada total varian yang diterangkan oleh varian bebas.