

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat Penelitian

CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo, terletak di Jl. Dr. Soetomo No. 89/125, Jati, Kecamatan Mayangan, Kota Probolinggo, Provinsi Jawa Timur. Letak CV. Sinar Terang *Supermarket* termasuk strategis, hal ini dikarenakan posisi tersebut berada di daerah perbelanjaan tengah kota dan mudah dijangkau oleh masyarakat guna sebagai konsumen.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian merupakan suatu penyelidikan atau usaha yang sistematis, terkendali, empiris, teliti dan kritis terhadap fenomena – fenomena untuk mencari suatu fakta-fakta, teori baru, hipotesis dan kebenaran dengan menggunakan langkah-langkah tertentu agar ditemukan jawaban ilmiah terhadap suatu masalah²⁰.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *survey* yang bersifat kuantitatif. Penelitian Metode *Survey* adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data. Misalnya, dengan menyebarkan kuisioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen)²¹.

²⁰ Wiratna, Sujarweni, *Op. cit.* Hal 9

²¹ Sugiyono, *Op. cit.* Hal 6

Metode Kuantitatif diartikan sebagai metode yang positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme²². Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya²³.

a. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)²⁴. Pada penelitian ini terdapat tiga (3) variabel, yang merupakan variabel bebas antara lain :

1. Kepuasan Konsumen (X1)

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan²⁵.

Indikator – indikator yang digunakan, yaitu ;

- a. Kesesuaian harapan,
- b. Minat berkunjung Kembali,
- c. Kesiediaan merekomendasikan²⁶.

²² *Ibid.*, Hal 7

²³ *Ibid.*, Hal 39

²⁴ Sugiyono, *Loc. cit.*

²⁵ Indrasari, Meithiana, *Op. cit.* Hal 82

2. *Bonus Pack* (X2)

Bonus pack menawarkan konsumen sebuah muatan ekstra dari sebuah produk dengan harga normal²⁷.

Indikator – indikator yang digunakan, yaitu :

- a. Memberikan penawaran dengan manfaat ekstra,
- b. Menambah kesadaran berproduk
- c. Menyelamatkan produsen dari keharusan mengurangi harga
- d. Menarik perhatian konsumen
- e. Penawaran dalam jangka pendek
- f. Konsumen akan mengharapkan strategi ini terus menerus²⁸.

3. *Price* (X3)

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya²⁹.

Indikator – Indikator yang digunakan, yaitu :

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

²⁶ *Ibid*, Hal 92

²⁷ Isfantin, Sri Puji Lestari, *Op.cit.* Hal 132

²⁸ Andhika, Putri & Winarno, *Op. cit.* Hal 31

²⁹ Haris, Abdul, *Op. cit.* Hal 117

e. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan³⁰.

b. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas³¹. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).

Keputusan pembelian konsumen merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan³².

Indikator – indikator yang digunakan yaitu :

- a. Pilihan produk
- b. Pilihan merek
- c. Pilihan penyalur
- d. Waktu pembelian
- e. Jumlah pembelian³³.

³⁰ Indrasari, Meithiana, *Op. cit.* Hal 42

³¹ Sugiyono, *Op. cit.* Hal 39

³² Indrasari, Meithiana, *Op. cit.* Hal 70

³³ *Ibid.*, Hal 74

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya³⁴.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk di CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo. Setelah melakukan wawancara atau *interview* dengan Manajer CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Proolinggo dengan melihat jumlah nota penjualan dan jumlah pendapatan parkir per-harinya, maka ditentukan jumlah konsumen selama seminggu, yaitu pada tanggal 10 - 16 April 2022 sebanyak 4.732 orang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut³⁵. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi tersebut harus benar-benar representative atau mewakili.

³⁴ Sugiyono, *Op. Cit.* Hal 80

³⁵ *Ibid*, Hal 81

Teknik pengambilan sampel pada penelitian di CV. Sinar Terang *Supermarket* yaitu *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel, yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel³⁶. Teknik *Nonprobability Sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *Sampling Insidental*, *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data³⁷.

Untuk menentukan jumlah sampel, maka penulis menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Prosentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan³⁸.

$$n = \frac{4.732}{1 + 4.732 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{4.732}{1 + 47.32}$$

³⁶ *Ibid.*, Hal 84

³⁷ *Ibid.*, Hal 85

³⁸ Sujarweni, *Op. cit.* Hal 82

$$n = \frac{4.732}{48.32}$$

$n = 97,93$ dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan perhitungan dengan rumus *slovin*, diperoleh jumlah sampel berjumlah 100 responden.

3.5 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber³⁹.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari subjek yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada para responden dan di isi oleh responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen⁴⁰. Sementara menurut Sujarweni menjelaskan Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi, perusahaan,

³⁹ *Ibid.*, Hal 89

⁴⁰ Sugiyono, *Op. cit.* Hal 137

laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan sebagainya⁴¹.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan antara lain sebagai berikut :

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya⁴².

Metode Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan negatif, yang dapat berupa kata-kata. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan untuk digunakan atas jawaban yang dipilih.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- | | |
|--|---|
| 1. Sangat setuju / selalu / sangat positif diberi skor | 5 |
| 2. Setuju / sering / positif diberi skor | 4 |
| 3. Cukup setuju / ragu - ragu diberi skor | 3 |

⁴¹ Wiratna, Sujarweni, *Op. cit.* Hal 89

⁴² Sugiyono, *Op. cit.* Hal 142

- | | |
|--|---|
| 4. Kurang setuju / hampir tidak pernah diberi skor | 2 |
| 5. Tidak setuju / tidak pernah diberi skor | 1 |

kuesioner dalam penelitian ini, dimaksudkan untuk memperoleh data tentang 4 variabel yang meliputi kepuasan konsumen, *bonus pack*, *price* dan keputusan pembelian, yang bersifat tertutup yaitu pertanyaan serta pernyataan yang dibuat oleh peneliti.

b. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang⁴³.

Dalam metode ini, peneliti menggunakan laporan perusahaan, foto-foto kegiatan, catatan harian, atau data lainnya yang terkait dengan topik penelitian. Dengan metode ini diperoleh data mengenai situasi umum dari objek studi dan kondisi yang ada, serta aktivitas – aktivitas yang ada di CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo.

c. Wawancara (Interview)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil⁴⁴.

⁴³ *Ibid.*, Hal 240

⁴⁴ *Ibid.*, Hal 137

Dalam metode ini, peneliti melakukan wawancara atau tanya jawab dengan manajer serta pramuniaga toko di CV. Sinar Terang Supermarket.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu⁴⁵.

Teknik uji validitas item dengan korelasi *pearson*, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor total item tiap variabel kemudian pengujian signifikan 0.05 dengan 2 uji sisi⁴⁶.

Berikut kriteria pengujian validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3
Kriteria Pengujian Validitas

No	Kriteria	Keterangan
1.	$r \text{ hitung} > r \text{ table}$	Valid
2.	$r \text{ hitung} < r \text{ table}$	Tidak valid

Sumber : Olahan Peneliti, 2022

⁴⁵ Wiratna, Sujarweni, *Op. cit.* Hal 157

⁴⁶ Priyatno, Duwi. 2018. *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: Andi. Hal 21

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel konstruktif⁴⁷. Suatu Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak⁴⁸. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dan pendekatan grafik. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.

b. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berarti ada hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang independen dari model yang sama⁴⁹. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain

⁴⁷ Wiratna, Sujarweni, *Op. cit.* Hal 158

⁴⁸ *Ibid.*, Hal 225

⁴⁹ *Ibid.*, Hal 226

itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4
Kriteria Pengujian Multikolonieritas

No	Kriteria	Keterangan
1.	Nilai VIF < 10 dan angka Tolerance > 0,1	Bebas Multikolonieritas
2.	Nilai VIF > 10 dan angka Tolerance < 0,1	Terjadi Multikolonieritas

Sumber : Olahan Peneliti, 2022

c. Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya⁵⁰. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan kriteria jika:

1. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif;
2. Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi;
3. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

⁵⁰ *Ibid.*, Hal 159

Tabel 5
Kriteria Autokorelasi

No	Kriteria	Keterangan
1.	$DU < DW < 4 - DU$	Tidak Terjadi Autokorelasi
2.	$DW < DL$ atau $DW > 4 - DL$	Terjadi Autokorelasi
3.	$DL < DW < DU$ atau $4 - DU < DW < 4 - DL$	Tidak Ada kepastian atau kesimpulan yang pasti

Sumber : Olahan Peneliti, 2022

Keterangan :

- DW : Durbin Watson
- DL : Batas Bawah
- DU : Batas Atas
- 4- DU : 4- Batas Atas
- 4- DL : 4- Batas Bawah

d. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain⁵¹. Uji heteroskedastitas dapat dilakukan dengan:

1. Menggunakan uji glejser.

Dilakukan dengan cara meregresikan antar variabel independent dengan nilai absolut residualnya. Jika ini signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05, tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

⁵¹ Wiratna, Sujarweni, *Loc. cit*

2. Melihat Pola titik-titik pada *scatterplots* regresi.

Jika ada pola yang tidak jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 maka pada sumbu Y, tidak terjadi heteroskedastisitas⁵².

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh faktor kepuasan konsumen, *bonus pack*, dan *price* terhadap keputusan pembelian. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian⁵³. Yang modelnya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Di mana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Nilai Konstanta

b₁ = Koefisien variabel X₁

b₂ = Koefisien variabel X₂

b₃ = Koefisien variabel X₃

X₁ = Kepuasan Konsumen

X₂ = *Bonus Pack*

X₃ = *Price*

⁵² Priyatno, Duwi, *Op. Cit.* Hal 136

⁵³ Wiratna, Sujarweni, *Op. Cit.* Hal 160

3.6.4 Uji Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika R^2 semakin besar, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin kecil⁵⁴.

3.6.5 Uji Hipotesis

a. Uji t atau Uji Parsial

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independen* (X_i) secara individual mempengaruhi variabel *dependen* (Y)⁵⁵.

Langkah-langkah pengujiannya:

1. Menentukan formulasi H_0 dan H_a

H_0 : Tidak ada pengaruh kepuasan konsumen, *bonus pack*, dan *price* secara parsial terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo.

H_a : Ada pengaruh kepuasan konsumen, *bonus pack*, dan *price* secara parsial terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo.

Level signifikan = 0,05

⁵⁴ *Ibid*, Hal 164

⁵⁵ *Ibid*, Hal 161

2. Kesimpulan

Cara 1

Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak

Cara 2

Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

b. Uji F atau Uji Simultan (Pengujian Signifikan Secara Simultan)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y)⁶⁰.

Langkah-langkah pengujian:

1. Menentukan formulasi H_0 dan H_a

H_0 : Tidak ada pengaruh kepuasan konsumen, *bonus pack*, dan *price* terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo.

H_a : Ada pengaruh kepuasan konsumen, *bonus pack*, dan *price* secara simultan terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo .

Taraf nyata = 95%

⁶⁰ *Ibid*, Hal 162

2. Kesimpulan

Cara 1

Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak

Cara 2

$F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

$F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

c. Uji Dominan

Keuntungan dengan menggunakan *Standardized Beta* adalah mampu mengeliminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independent⁶¹. Uji *Standardized Beta Coefficients* digunakan untuk mengetahui variabel bebas mana yang mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel terikat. Apabila masing masing koefisien variabel bebas (independen) di standarisasi lebih dahulu, maka kita akan mempunyai koefisien yang berbeda garis regresi melewati origin (titik pusat) sehingga tidak ada konstantannya.

Adapun perhitungan dari pengujian statistik dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan fasilitas program aplikasi SPSS versi 22.0 for windows.

⁶¹ Nirmala, Dyah Arum Janie, 2012. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang: University Press. Hal 18