

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam rangka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode kuantitatif menurut (Sugiyono, 2016) adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme yang bersifat *statistics* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian menurut (Sugiyono, 2016) adalah ilmu yang mempelajari cara atau teknik yang mengarahkan penelitian secara ilmiah mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam hal ini penelitian menggunakan metode asosiatif yaitu bentuk penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau menganalisis pengaruh Citra Toko (X_1), Variasi Produk (X_2), Lokasi (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y).

3.2 Sumber Data

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data terdiri dari data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung di lokasi penelitian dengan memberikan kuesioner yang diberikan kepada konsumen Es Teh Indonesia Bandar Lampung

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2016) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah Penelitian Lapangan (*Field Research*). Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data – data berkaitan dengan

kebutuhan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab. Peneliti membuat beberapa kuesioner yang akan dibagikan kepada konsumen Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian Bandar Lampung.

Tabel 3.1
Interpretasi Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (S)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2016)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh tim peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. dalam penelitian ini, populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut karena banyaknya jumlah populasi maka penentuan sampel dilakukan dengan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu sampel yang tehnik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus estimasi proporsi. Ada beberapa kriteria sampel yang saya gunakan yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1
Data Kriteria Sampel

No.	Kriteria Sampel
1	Konsumen Es Teh Indonesia Bandar Lampung
2	Membeli produk Es Teh Indonesia Bandar Lampung minimal dua kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir

Sumber : Data diolah, 2023

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus menurut Hair dalam Ridwan (2019) merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat di kuesioner. Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas, 1 variabel terikat. Total indikator dalam penelitian ini adalah 18 Indikator sehingga minimal ukuran sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 18 \times 5 \\ &= 90\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan 90 sampel responden atau dibulatkan menjadi 100 sampel responden yang dapat mewakili konsumen Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian Bandar Lampung.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan Variabel oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016).

3.5.1 Variabel Bebas (*Independen*)

Adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini variabel independen adalah Citra Toko (X_1), Variasi Produk (X_2), Lokasi (X_3).

3.5.2 Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler dan Armstrong (2016) keputusan Pembelian jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka	Keputusan pembelian atau Pembelian jasa merupakan salah satu tahapan dalam proses pembelian sebelum perilaku pasca pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan Produk (<i>Product Choice</i>) 2. Pemilihan Merek (<i>Brand Choice</i>) 3. Pemilihan Saluran Pembelian (<i>Dealer Choice</i>) 4. Penentuan Waktu Pembelian (<i>Purchase Timing</i>) 5. Jumlah Pembelian (<i>Purchase Amount</i>) Kotler dan Armstrong (2016)	Interval
Citra Toko (X1)	Menurut Imanulah (2021) Citra toko merupakan suatu kesan yang dimiliki oleh konsumen maupun publik terhadap suatu pusat perbelanjaan sebagai suatu refleksi atas evaluasi pusat perbelanjaan yang bersangkutan	Citra merupakan suatu persepsi atau tanggapan seseorang terhadap suatu objek dengan berbagai karakter, aktivitas serta bentuk fisik tersebut	<ol style="list-style-type: none"> 1. Barang dagangan yang terdiri dari kualitas produk yang dijual 2. Promosi 3. Kenyamanan 4. Fasilitas Toko Imanulah (2021)	Interval

Variasi Produk (X2)	Menurut Kotler (2016), variasi produk sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau cirri-ciri	Variasi produk merupakan yang membedakan produk antara perusahaan dikategori produk yang sama	1. Ukuran 2. Harga 3. Tampilan 4. Ketersedian produk Kotler (2016)	Interval
Lokasi (X3)	Menurut Wibowo (2021) Lokasi merupakan salah satu faktor penting yang akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian	Pengambilan lokasi yang baik dan strategis ialah berada di pusat kegiatan masyarakat. Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahanya dapat bertahan	1. <i>Place</i> 2. <i>Parking</i> 3. <i>Accesibility</i> 4. <i>Visibility</i> Wibowo (2021)	Interval

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2016) Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam melakukan pengujian ini peneliti menggunakan 30 responden, alasan peneliti menggunakan 30 responden karna distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurve normal dan dianggap mewakili.

Prosedur pengujian:

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid
Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid
2. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*)
3. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi, Jika alat ukur tersebut stabil maka dapat di andalkan, walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali – kali dan hasilnya juga akan serupa. Uji reliabilitas pada penelitian in, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20*).

Tabel 3.3

Interpretasi Nilai R

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000-1,0000	Sangat tinggi
0,6000-0,7999	Tinggi
0,4000-0,5999	Cukup
0,2000-0,3999	Rendah
0,0000-0,1999	Sangat Rendah

Sumber: (Sugiyono, 2016)

1. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and service Solution seri 20*).
2. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, maka penghitung maka perhitungan instrumen tersebut mempunyai reliabilitas dari sangat tinggi sampai sangat rendah.

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Data

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji normalitas. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau sebaliknya. Alat uji yang digunakan adalah model Kolmogorov-Smirnov hasil ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Prosedur pengujian :

1. H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.
 H_a : Data berasal dari populasi tidak berdistribusi normal.
2. Apabila nilai $(sig) < 0.05$ berarti sampel tidak normal.
Apabila nilai $(sig) > 0.05$ berarti sampel normal.
3. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0)

3.8.2 Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. jadi bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul "Korelasi antara", "Hubungan antara", atau "Pengaruh antara", uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05.

Prosedur pengujian :

1. H_0 : Model regresi berbentuk linier.
 H_a : Model regresi tidak berbentuk linier.
2. Jika probabilitas $(sig) > 0.05$ maka H_0 diterima.
Jika probabilitas $(sig) < 0.05$ maka H_0 ditolak.
3. Kesimpulan
4. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0).

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji ini tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang di indikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan

nilai VIF (*variance inflation factor*). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur $(1 - R^2)$ di sebut *collinierty tolerance*, artinya jika nilai *collinierty tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinieritas
2. Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).
4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) $> 0,1$ maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

3.9 Metode Analisis Data

(Sugiyono, 2016) menyatakan bahwa metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel data respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis data pada penelitian ini adalah *statistic inferensial* yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi.

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: Citra Toko (X_1), Variasi Produk (X_2), Dan Lokasi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20.0. dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + et$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

X₁ : Citra Toko

X₂ : Variasi Produk

X₃ : Lokasi

a : Konstanta

et : *error tern*

b₁, b₂, b₃: Koefisien regresi

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t (Uji Parsial)

1. Pengaruh Citra Toko (X₁) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H₀ = Citra Toko (X₁) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Produk Es Teh Indonesia Bandar Lampung.

H_a = Citra Toko (X₁) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Produk Es Teh Indonesia Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H₀ ditolak.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H₀ diterima

2. Variasi Produk (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H₀ = Variasi Produk (X₂) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Produk Es Teh Indonesia Bandar Lampung.

H_a = Variasi Produk (X₂) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Produk Es Teh Indonesia Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H₀ ditolak.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H₀ diterima

3. Pengaruh Lokasi (X₃) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H₀ = Lokasi (X₃) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Produk Es Teh Indonesia Bandar Lampung.

H_a = Lokasi (X₃) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Produk Es Teh Indonesia Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

3.10.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F: Pengaruh Citra Toko (X1), Variasi Produk (X2) dan Lokasi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Produk Es Teh Indonesia Bandar Lampung.

H_0 = Pengaruh Citra Toko (X1), Variasi Produk (X2) dan Lokasi (X3) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Produk Es Teh Indonesia Bandar Lampung.

H_a = Pengaruh Citra Toko (X1), Variasi Produk (X2) dan Lokasi (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Produk Es Teh Indonesia Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

1. Membandingkan hasil perhitungan f dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak
 - b. Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima
2. Menentukan nilai titik kritis untuk F_{Tabel} pada $db_1=k$ dan $db_2 =n-k-1$
Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis
Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.