BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang mana menurut Sugiyono (2010:13) adalah sebagai metode peneilitian yang berlandaskan pada filsafat positifme, digunakan untuk meneliti pada sampel tertentu,teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/*statistic* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. dengan menggunakan metode eksplanatori.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian verifikatif. Menurut Suharsimi Arikunto (2010:8) "penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan." Penelitian verifikatif yang dilakukan untuk menguji mengenai pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, promosi terhadap keputusan pembelian UD Karya Jati.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penelitian ini menggunakan metode *explanatory*. Menurut Sugiyono (2010:21) penelitian *eksplanatory* merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan yang lain. Sedangkan karakteristik penelitian ini bersifat replikasi, sehingga hasil uji hipotesis harus didukung oleh

penelitian-penelitian sebelumnya, yang diulang dengan kondisi lain yang kurang lebih sama.

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan empat variabel yang terdiri dari tiga variabel independent yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2), dan Promosi (X3) serta satu variabel dependent yaitu Keputusan Pembelian (Y). definisi operasional dari keempat variabel dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan

   Mengacu pada Menurut Tjiptono (2012) kualitas pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain.

   Indikator-indikator pelayanan menurut Ariani (2009) sebagai berikut :

   a. Bukti fisik *(Tangibles)*

      Persepsi konsumen terhadap penampilan karyawan

   b. Keandalan *(Realibility)*

      Persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan sama untuk semua konsumen.

   c. Ketanggapan *(Responsiveness)*

      Persepsi konsumen terhadap pelayanan yang cepat (*responsive*).

d. Jaminan dan Kepastian *(Assurance)*

Persepsi konsumen tentang kredibilitas karyawan.

e. Empati *(empathy)*

Persepsi konsumen terhadap perhatian terhadap konsumen.

2. Lokasi

Menurut Tjiptono (2012:92) Lokasi yaitu tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Tjiptono (2012:41) untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, indikator yang digunakan sebagai barikut :

a. Lokasi yang mudah dijangkau
b. Lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan
c. Tempat Parkir luas dan aman
d. Ketersediaan lokasi baru
e. Lingkungan Lokasi ramai

3. Promosi

Menurut Tjiptono (2012:219) yaitu aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau meningkatkan pasar, sasaran atas perusahaan dan produknya agar tersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2012:432) untuk mengukur variabel promosi, indikator yang digunakan dalam penelitian sesuai dengan objek penelitian yaitu:

1. *Advertising* (periklanan),
2. *Sales promotion* (promosi penjualan)
3. *Personal selling* (penjualan perseorangan)

4. Keputusan Pembelian

Menurut Kolter (2008:181) keputusan pembelian konsumen adalah membeli merk yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada.

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Kotler (2008:70) untuk mengukur variabel Keputusan Pembelian, indikator yang digunakan sebagai barikut :

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
4. Melakukan pembelian

Tabel 3.1
Kisi-kisis indikator penelitian

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan
Keputusan Pembelian (Y)	1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian	Y1.1 Anda membeli produk di UD. Karya Jati sesuai dengan kebutuhan anda. Y1.2 Anda membeli produk di UD Karya Jati karena sudah terbiasa melalukan pembelian di situ. Y1.3 Anda setelah melalukan pembelian di UD Karya Jati selalu memberikan rekomendasi kepada orang lain. Y1.4 Anda memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang di UD Karya Jati.

Kualitas Pelayanan (X1)	1. Bukti fisik 2. Keandalan 3. Ketanggapan 4. Jaminan dan kepastian 5. Empati	X1.1 Kerapian karyawan UD. Karya Jati sudah rapi. X1.2 Pelayanan dalam menangani keluhan para konsumen secara professional. X1.3 Pelayanan yang cepat *(responsif)* tepat dalam merespon keinginan konsumen X1.4 Karyawan UD. Karya Jati berpengalaman yang terlatih dalam melayani konsumen X1.5 Memberikan perhatian terhadap keluhan konsumen
Lokasi (X2)	1. Lokasi yang mudah dijangkau. 2. Lokasi dapat dilihat jelas dari tepi jalan 3. Tempat parkir luas dan aman 4. Ketersediaan lokasi baru 5. Lingkungan lokasi ramai	X2.1 Lokasi UD Karya Jati mudah untuk dijangkau sarana trasportasi umum. X2.2 Lokasi UD Karya Jati mudah dilihat jelas dari tepi jalan. X2.3 UD Karya Jati menyediakan area parkir yang luas. X2.4 UD Karya Jati memiliki keterdiaan tempat baru. X2.5 Lokasi di sekitar UD Karya Jati ramai.
Promosi (X3)	1. *Advertising* (periklanan) 2. *Sales promotion* (promosi penjualan) 3. *Personal selling* (penjualan perseorangan)	X3.1 Penggunaan papan reklame, media online dapat membuat saya tertarik untuk membeli di UD. Karya jati . X3.2 UD Karya jati selalu melakukan program penjualan sistem paket (membeli 1 paket dapat potongan harga), sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli X3.3 Promosi yang dilakukan oleh UD.Karya Jati sudah menarik sehingga dapat membuat konsumen untuk membeli.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini konsumen yang membeli di UD. Karya Jati Jombang sampai tahun 2018, yang jumlahnya sebesar 9.482.

3.3.2 Sampel

Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut : (Suwarjeni dan Endrayanto, 2012:17)

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel/ Jumlah Responden

N = Ukuran Populasi

e = Presentase kelongaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir/diinginkan, e = 0,1 /10%

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 9.482 orang, sehingga presentase kelongaran yang dipilih sebesar 0,1/10%. Maka dapat dihitung :

$$n = \frac{9.482}{1 + 9.482 (0.1)^2}$$

$$= 98.96$$

Sehingga sampel yang digunakan sebanyak 98.96 ayng dibulatkan menjadi 100 responden.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling*, merupakan teknik penentuan sampel berdasar kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti selama penyebaran angket penelitian. (Sugiyono, 2014)

.

3.4 Sumber Data Teknik Pengumpuan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data sekunder dan primer.

1. Data Primer. Menurut Sugiyono (2010:137) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
2. Data Sekunder. Menurut Sugiyono (2010:137), data sekunder adalah Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

   Menurut Sugiyono (2010:113) observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai cirri-ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau

wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga pada obyek-obyek alam yang lain.

2. Dokumentasi

Mengumpulkan dan mempelajari data dari buku-buku, tulisan ilmiah, majalah dan internet yang memiliki relevansi dengan penelitian serta dokumen pendukung.

3. Wawancara

Menurut Sugiyono (2010:194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

4. Kuesioner

Kuesioner digunakan untuk mendapatkan keterangan dari sampel atau sumber yang beraneka ragam yang berada dilokasi penelitian. Dalam angket menggunakan skala *likert.* Menurut Sugiyono (2010:93) skala *Likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (positif).

Tabel 3.2.
***Scoring* Untuk Jawaban Angket**

Jawaban Responden	Skor Positif
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2010:94)

3.5 Uji Instrumen

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010:3) valid adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yng sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas menunjukkan tingkat kemampuan suatu instrument untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. (Ferdinand, 2014). Berikut untuk menguji validitas digunakan uji *Korelasi Product Moment* dengan kriteria pengujian :

1. Jika nilai r hitung > nilai koefesien (0.30), maka dapat diartikan indikator tersebut adalah valid.
2. Jika nilai r hitung < nilai koefesien (0.30), maka dapat diartikan indikator tersebut tidak valid (Sugiyono, 2011).

Adapun uji coba validitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji validitas pada instrument kualitas pelayanan, lokasi dan promosi

terhadap keputusan pembelian di UD. Karya Jati Jombang, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	Nilai koefesien	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,779	0,30	Valid
	X1.2	0,637	0,30	Valid
	X1.3	0,620	0,30	Valid
	X1.4	0,754	0,30	Valid
	X1.5	0,611	0,30	Valid
Lokasi (X2)	X2.1	0,869	0,30	Valid
	X2.2	0,705	0,30	Valid
	X2.3	0,586	0,30	Valid
	X2.4	0,837	0,30	Valid
	X2.5	0,705	0,30	Valid
Promosi (X3)	X3.1	0,827	0,30	Valid
	X3.2	0,802	0,30	Valid
	X3.3	0,791	0,30	Valid
Keputusan pembelian (Y)	Y1.1	0,755	0,30	Valid
	Y1.2	0,785	0,30	Valid
	Y1.3	0,598	0,30	Valid
	Y1.4	0,658	0,30	Valid

Berdasarkan tabel 3.3 maka daat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang terdapat pada variabel kualitas pelayanan, lokasi, promosi dan keputusan pembelian diperoleh dari r hitung lebih besar dari nilai koefesien, hal ini berarti semua variabel adalah valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2011:3) reliabilitas adalah derajat konsistensi/keajegan data dalam interval waktu tertentu. Reliabilitas menunjukkan sejauhmana suatu instrument dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan

menggunakan Uji *Alpha Cronbach* dengan criteria hasil pengujian antara lain:

1. Jika nilai Alpha Cronbach > 0,6 maka dapat diartikan bahwa variabel penelitian reliabel.
2. Jika nilai Alpha Cronbach < 0,6 maka dapat diartikan bahwa variabel penelitian tidak reliabel (Ghozali, 2012).

Adapun uji coba realibilitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji realibilitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.4
Uji Realibilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
X1	0,709	0,6	Reliabel
X2	0,794	0,6	Reliabel
X3	0,730	0,6	Reliabel
Y	0,656	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel 3.4 menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

3.6 Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2010:147)

Dari hasil jawaban angket responden dapat dilihat berapa jumlah responden yang menjawab pertanyaan dengan kriteria skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N), 4 = Setuju (S), 5 = Sangat Setuju (SS). Indikator dan variabel dalam penelitian ini digunakan dengan interval kelas yang diperoleh dari hasih perhitungan

$$= \frac{\text{(Nilai skor jawaban tertinggi – Nilai skor jawaban terendah)}}{\text{Jumlah kelas / kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0{,}8$$

Nilai skor jawaban responden dalam penelitian ini mengacu pada 5 poin dari skala likert (Sugiyono, 2010:93). Sehingga nilai tertinggi adalah 5 dan untuk nilai skor jawaban responden terendah adalah 1, sedangkan jumlah kelas/ kategori yang digunakan dalam penyususnan kriteria tersebut disesuaikan dengan skala yang diguakan yaitu 5 kelas, sehingga intervaval yang diperoleh untuk tiap kelas adalah (5-1) : 5 = 0,8. Dengan demikian kriteria untuk mendiskripsikan nilai mean yang diperoleh setiap butir indikator maupun variabel adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Nilai Skor dan Kategori

Nilai	Kategori
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik
1,80 – 2,59	Tidak Baik
2,60 – 3,39	Cukup
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat Baik

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang dilakukan untuk menganalisis asumsi-asumsi dasar yang seharusnya dipenuhi dalam penggunaan regresi. Berikut asumsi-asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini meliputi (Ghozali, 2012).

1. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Pengujian normalitas data dilakukan dengan kriteria berikut :

a) Data menyebar dan mengikuti arah garis diagonal, maka data tersebut memenuhi asumsi normalitas.
b) Data menyebar jauh dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka data tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2012).

2. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan menganalisis nilai Tolerance dan *Variance Influence Factor* (VIF) dengan kriteria berikut:

a) Jika nilai VIF > 10 dan Tolerance < 0,1 maka dapat ini berarti dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas.
b) Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 maka ini berarti dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas (Ghozali, 2012).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk menganalisis terjadinya masalah heteroskedastisitas, dilakukan dengan menganalisis Grafik Scatter Plot dengan kriteria berikut ini :

a) Jika sebaran titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan sebarannya berada di bawah dan diatas titik nol sumbu Y maka dapat diartikan bahwa data tersebut tidak terdapat masalah heteroskedastisitas

b) Jika sebaran titik-titik membentuk pola tertentu dan sebarannya hanya berada di bawah dan diatas titik nol sumbu Y maka dapat diartikan bahwa data tesebut terdapat masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2012).

4. Uji Autokorelasi

Merupakan korelasi yang pada tempat yang berdekatan datanya yaitu *cross sectional.* Cara mengetahui ada tidaknya gejala autokorelasi yaitu dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria pengambilan jika nilai D – W diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi (Ghozali, 2012).

3.6.3 Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang dipaki adala regresi linier berganda (*multiple regression*). Adapun persamaannya adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e}$$

Keterangan :

Y	=	Keputusan Pembelian
α	=	Konstanta
β	=	Koefisien regresi
X_1	=	Kualitas Pelayanan
X_2	=	Lokasi
X_3	=	Promosi
ε	=	Standard error

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan (Ghozali, 2013).

Untuk mengetahui nilai t statistik tabel ditentukan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan yaitu df = (n-k-1), dimana n = jumlah observasi dan k = jumlah variabel.

Pengambilan keputusan uji hipotesis secara parsial juga didasarkan pada nilai probabilitas yang didapatkan dari hasil pengolahan data melalui program SPSS Statistik Parametrik sebagai berikut:

a) Nilai t hitung < t tabel dan sig hitung > nilai alpha (0,05), maka H0 diterima, variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

b) Nilai t hitung > t tabel dan sig hitung < nilai alpha (0,05), maka H0 ditolak, variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2011).

3.6.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013: 46).

Bila R^2 mendekati 1 (100%), maka hasil perhitungan menunjukkan bahwa makin baik atau makin tepat garis regresi yang diperoleh. Sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 0 maka menunjukkan semakin tidak tepatnya garis regresi untuk mengukur data observasi