

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan metode eksploratif dan pendekatan kuantitatif . “Pendekatan kuantitatif ialah penelitian yang datanya berbentuk angka dan dapat dinyatakan dalam satuan hitung” (Sugiyono, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan pembelian pada toko Berkat Fashion Display Jombang. Subjek dalam penelitian ini merupakan konsumen Berkat Fashion Display Jombang. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 75 responden. Adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan data ialah dengan menyebarkan kuesioner dan dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor dengan bantuan SPSS 23.

#### **3.2 Definisi Operasional**

“Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi tentang variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati” (Anwar, 2010). Dalam penelitian ini terdiri dari 15 variabel.

Tabel 3.1  
Definisi Operasional

No	Keputusan Pembelian	Definisi Operasional
1	Kualitas produk	Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang ditanyakan atau tersirat (Kotler dan Keller, 2009)
2	Kelengkapan produk	Kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh produsen (Kotler, 2008)
3	Lokasi	Lokasi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen (Swastha, 2000)

4	Harga	Harga adalah jumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa (Kotler, 2009)
5	Pelayanan yang ramah	Interaksi karyawan harus ramah, penuh perhatian, dan efisien sekaligus dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Jani dan Han, 2011)
6	Kecepatan pelayanan	
7	<i>Product knowledge</i> karyawan	
8	Atmosfer toko	Atmosphere toko merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperatur, musik, aroma secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam bentuk konsumen (Christina Widhya Utami, 2010)
9	Kebersihan	Konsumen mempertimbangkan ketersediaan fasilitas dalam membuat keputusan pembelian pada suatu produk atau jasa (Purbasari, 2019)
10	Parkir gratis	
11	Bisa dikirim	
12	Promosi	Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan (Tjiptono, 2015)
13	<i>Word of mouth</i>	Word of mouth communication (WOM) atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal (Kotler dan Keller, 2007)
14	Media sosial	Media sosial yaitu sebuah medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015)
15	Pengalaman	Pengalaman adalah pembelajaran yang mempengaruhi perubahan perilaku seseorang (Kotler, 2005)

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2021

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015) “populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen di Berkat Fashion Display Jombang yang jumlahnya tidak diketahui.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” “Dan karena jumlah populasi yang tidak diketahui, maka ukuran sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan lima sampai dengan 10” (Ferdinand, 2006). Pada penelitian ini terdiri dari 15 faktor, maka jumlah penelitian ini ditetapkan sebesar 75 responden yang diperoleh dari jumlah faktor yang kemudian dikali 5, maka jumlah responden dalam penelitian berjumlah 75. Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *accidental sampling*. Maksud dari teknik *sampling* ini adalah menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dirasa sesuai sebagai sumber data. Dalam arti lain yaitu, peneliti langsung saja mengumpulkan data dari unit *sampling* yang ditemui.

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. “Analisis kuantitatif dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik” (Oktavia, 2012).

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2015) “data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara

atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan peneliti.” Dalam penelitian ini sumber data tersebut berasal dari kuesioner yang disebarakan secara langsung responden, yaitu konsumen Berkas Fashion Display Jombang. Kemudian dari hasil pernyataan tersebut dianalisis. Sedangkan data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (orang lain atau dokumen). Data sekunder diperoleh dari pihak Berkas Fashion Display Jombang, *browsing* internet, jurnal dan sumber lain yang relevan.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2013) “tekniki pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data.” Terdapat 4 metode yang dapat digunakan, yaitu :

#### **1. Observasi**

Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013) “observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.” Dua di antara yang terpenting merupakan proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi atau pengamatan merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap obyek penelitian mengenai masalah dan fenomena yang diteliti.

#### **2. Interview/ Wawancara**

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013) “wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya

jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.” Dalam penelitian ini wawancara digunakan untuk mendapatkan sebuah informasi awal dalam topik yang diangkat serta untuk mengetahui faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan pembelian di Berkat Fashion Display Jombang.

### 3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013) “dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.” Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berupa karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.

### 4. Angket/ Kuesioner

“Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya” (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yaitu melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner yang telah disusun dan kemudian dibagikan kepada responden (konsumen) yang berkaitan dengan faktor-faktor konsumen melakukan pembelian di Berkat Fashion Display Jombang. Data kuesioner ditentukan dengan menggunakan Skala Likert.

### 3.6 Skala Pengukuran

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Yang ditetapkan secara spesifik dan selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Variabel akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Skala Likert dalam penelitian ini menggunakan Skala Ordinal yaitu dengan penilaian sebagai berikut:

Tabel 3.2  
Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-Ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiono (2015)

### 3.7 Uji Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Uji validitas ini diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Menurut Sugiyono (2004) “cara yang digunakan adalah dengan analisa item, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan total nilai seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*.” Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Adapun perhitungan korelasi *product moment*:

$$r = \frac{n(\sum XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2] - [n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

$r$  = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

$n$  = Banyaknya sampel

$X$  = Skor tiap item

$Y$  = Skor total variabel

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

“Reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan prosedur pengukuran” (Cooper & Schindler, 2014). “Reliabilitas suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias atau tanpa kesalahan dan karena itu menjamin konsistensi pengukuran di sepanjang waktu serta di berbagai poin pada instrumen tersebut” (Sekaran & Bougie, 2017). Tingkat reliabilitas diukur dengan metode *cronbach alpha*. *Cronbach alpha* adalah koefisien reliabilitas yang menunjukkan seberapa baik poin atau item, koefisien yang dihasilkan akan bervariasi tergantung pada bagaimana skala tersebut dibagi. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *cronbach alpha*, yaitu:

$$r = \left\{ \left[ \frac{1}{(k - 1)} \right] \right\} \left\{ \left[ \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \right\}$$

Keterangan:

$r$  : reliabilitas instrumen

$k$  : banyaknya item pertanyaan dan banyaknya soal

$\sigma_b^2$  : jumlah variasi item

$\sigma_t^2$  : varian total

“Secara umum, reliabilitas kurang dari 0,60 dianggap buruk, reliabilitas dalam kisaran 0,70 dapat diterima, dan reliabilitas yang melebihi 0,80 adalah baik” (Sekaran & Bougie, 2017). Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 23.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2015) “analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.” Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, metabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah.

#### **3.8.1 Analisis Deskriptif**

Dalam melakukan analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif. Menurut Sugiyono dalam (Firdaus, 2018) “metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau



generalisasi.” Dalam penelitian ini analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan obyek yang diteliti melalui data sampel maupun populasi sebagaimana adanya. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik serta tanggapan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner. Analisis deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban item terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan rumus rentang skor sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Nilai skor tertinggi} - \text{Nilai skor terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$\text{Rentang Skor} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{Rentang Skor} = 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

- 1.00 – 1.80= Rendah Sekali
- 1.81 – 2.60 = Rendah
- 2.61 – 3.40 = Cukup
- 3.41 – 4.20 = Tinggi
- 4.21 – 5.00 = Sangat Tinggi

### 3.8.2 Analisis Faktor

Analisis faktor adalah sebuah model, dimana tidak terdapat variabel bebas dan tergantung. Analisis faktor tidak mengklasifikasi variabel ke dalam kategori variabel bebas dan tergantung melainkan mencari hubungan interdependensi antarvariabel agar dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi atau faktor-faktor yang menyusunnya. Analisis faktor pertama kali dilakukan

oleh Charles Spearman, dengan tujuan utama analisis faktor adalah menjelaskan hubungan diantara banyak variabel dalam bentuk beberapa faktor, faktor-faktor tersebut merupakan besaran acak (*random quantities*) yang dapat diamati atau diukur secara langsung.

“Kegunaan utama analisis faktor ialah melakukan pengurangan data atau dengan kata lain melakukan peringkasan sejumlah variabel yang akan menjadi kecil jumlahnya. Pengurangan dilakukan dengan melihat interdependensi beberapa variabel yang dapat dijadikan satu yang disebut faktor. Sehingga ditemukan variabel-variabel atau faktor-faktor yang dominan atau penting untuk dianalisis lebih lanjut” (Jonathan Sarwono, 2006). Persamaan atau rumus analisis faktor adalah sebagai berikut:

$$X_i = A_{ij} + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 \dots + A_{im}F_m + V_iU_i$$

Dimana:

$F_i$  = variabel terstandar ke-I

$A_{il}$  = koefisien regresi dari variabel ke I pada *common* faktor I

$V_i$  = koefisien regresi terstandar dari variabel I pada faktor unik ke I

$F$  = *common* faktor

$U_i$  = variabel unik untuk variabel ke I  $M$  = jumlah *common* faktor

Secara jelas *common* faktor dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$F_i = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + W_{i3}X_3 + \dots + W_{ik}X_k$$

Dimana:

$F_i$  = faktor ke I estimasi

$W_i$  = bobot faktor atau skor koefisien faktor X

$K$  = jumlah variabel

Prinsip utama analisis faktor adalah korelasi, maka asumsi-asumsi yang terkait dengan metode statistik korelasi:

- a. Besar korelasi atau korelasi antar independen variabel harus cukup kuat.
- b. Besar korelasi parsial, korelasi antar dua variabel dengan menganggap tetap variabel yang lain.
- c. Pengujian sebuah matriks korelasi diukur dengan besaran *Barlett Test Of Sphericity* atau dengan *Measure Sampling Adequacy (MSA)*.

Setelah sampel didapat dan uji asumsi terpenuhi, maka langkah selanjutnya adalah melakukan proses analisis faktor. Proses tersebut meliputi:

- a. Menguji variabel apa saja yang akan dianalisis.
- b. Menguji variabel-variabel yang telah ditentukan, menggunakan *Bartlett Test of Sphericity* dan MSA.
- c. Melakukan proses inti analisis faktor, yakni *factoring*, atau menurunkan satu atau lebih faktor dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya.
- d. Melakukan proses *factor rotation* atau rotasi terhadap faktor yang terbentuk. Tujuan rotasi untuk memperjelas variabel yang masuk ke dalam faktor tertentu.
- e. Interpretasi atau faktor yang telah terbentuk, yang dianggap bisa mewakili variabel-variabel anggota faktor tersebut.
- f. Validasi atas hasil faktor untuk mengetahui apakah faktor yang terbentuk telah valid.

Tahap pertama dalam analisis faktor adalah dengan menilai mana saja variabel yang dianggap layak untuk dimasukkan dalam analisis selanjutnya. Pengujian ini dilakukan dengan memasukkan semua variabel yang ada, dan kemudian pada variabel-variabel tersebut dikenakan sejumlah pengujian.

Logika pengujian adalah jika sebuah variabel memang mempunyai kecenderungan mengelompok dan membentuk sebuah faktor, variabel tersebut akan mempunyai korelasi yang cukup tinggi dengan variabel lain. Sebaliknya, variabel dengan korelasi yang lemah dengan variabel yang lain, akan cenderung tidak akan mengelompok dalam faktor tertentu.

Uji KMO dan *Bartlett Test*, memiliki beberapa hal yaitu angka KMO haruslah berada diatas 0,5 dan signifikan harus berada dibawah 0,05. sedangkan pada uji MSA angkanya haruslah berada pada 0 sampai 1, dengan kriteria:

- a.  $MSA = 1$ , Variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.
- b.  $MSA > 0,5$ , Variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
- c.  $MSA < 0,5$ , Variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel lainnya.

Setelah satu atau lebih faktor terbentuk, dengan sebuah faktor berisi sejumlah variabel, mungkin saja sebuah faktor berisi sejumlah variabel yang split ditentukan akan masuk ke dalam faktor mana, maka proses selanjutnya adalah dengan melakukan proses rotasi yang akan memperjelas kedudukan sebuah variabel didalam sebuah faktor.