

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Suatu penelitian metode merupakan faktor yang sangat penting karena ditentukan oleh tepat tidaknya pemilihan metode yang digunakan. Menggunakan metode penelitian maka penelitian akan memperoleh petunjuk tentang cara kerja dan tata cara pemecahan masalah secara sistematis dan hasil dari penelitian dapat dipertanggungjawabkan.

B. Identifikasi Variabel

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik Fatihudin (2012). Data yang digunakan adalah data primer yaitu data dari jawaban responden yang selanjutnya diolah dengan menggunakan analisis regresi liner berganda, analisis reliabilitas, dan validitas, uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi berganda, koefisien korelasi berganda, uji t dan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel harga (X_1) dan kuitas layanan (X_2) terhadap minat beli (Y).

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang atau obyek yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya dalam kelompok itu (Sugiyono, 2015:34). Berdasarkan telah pustaka dan perumusan hipotesis maka variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

1) Variabel bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah harga (X1) dan kualitas layanan(X2) pada Ranch Market.

2) Variabel terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikatnya adalah minat beli (Y) pada divisi laboratorium Ranch Market.

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional dan pengukuran variabel berisi pernyataan tentang pengoperasian atau pendefinisian konsep penelitian termasuk penetapan cara dan satuan pengukuran variabelnya, adalah sebagai berikut:

1. Harga (X₁)

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2004:169). Pada masa sekarang, dengan daya beli mayoritas konsumen yang semakin rendah, penetapan harga merupakan hal yang sangat penting karena konsumen semakin kritis dan selektif untuk membelanjakan uang (Tandjung, 2004:78). Harga menurut Stanton dalam Rosvita (2010:56) mempunyai empat Indikator antara lain :

- a) Keterjangkauan harga
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

- c) Daya saing harga
- d) Kesesuaian harga dengan manfaat

2. Kualitas layanan (X₂)

Kualitas pelayanan menurut Stemvelt (2004:89) adalah suatu persepsi tentang revolusi kualitas secara menyeluruh yang terpikirkan dan menjadi suatu gagasan yang harus dirumuskan (formulasi) agar penerapannya (implementasi) dapat diuji kembali (evaluasi), untuk menjadi suatu proses yang dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Indikator dalam kualitas pelayanan menurut Parasuraman dkk (1988:56) sebagai berikut beserta definisi operasionalnya :

a. Bukti Langsung (*tangibles*)

Bukti langsung adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen, sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 2001:32). Sedangkan indikator dari bukti langsung atau tangibles dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Fasilitas yang ada terjaga baik seperti ruangan ber-AC, tempat duduk yang nyaman, kondisi supermarket yang bersih.
- 2) Penggunaan komputerisasi dalam segala pelayanannya sehingga lebih cepat dan praktis.

- 3) Produk yang ditawarkan berkualitas seperti barang aman untuk dikonsumsi.

b. Keandalan (*reliability*)

Definisi keandalan atau *reliability* menurut Parasuraman (2001) adalah setiap pegawai memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut. Indikator dari keandalan atau *reliability* yaitu :

- 1) Karyawan yang handal dan cekatan dalam melayani konsumen
- 2) Karyawan mampu atau menguasai penggunaan teknologi secara baik yang ada di dalam perusahaan.

c. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Definisi daya tanggap menurut Tjiptono (2007:26) yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Sehingga dimensi kualitas daya tanggap ini di dalam sebuah perusahaan harus benar-benar diwujudkan secara baik agar konsumen merasa dihargai atas tanggapan atau respon dari perusahaan atas segala keinginan dari konsumen. Indikator daya tanggap atau *responsiveness* dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Karyawan melayani dan menanggapi konsumen dengan cepat dan tepat

- 2) Karyawan memberikan pengarahan dengan bijaksana dan sebaik baiknya kepada setiap konsumen untuk mengikuti aturan yang diterapkan perusahaan.
- 3) Karyawan melayani, mengarahkan, dan membujuk konsumen ketika menghadapi permasalahan yang dianggap tidak sesuai dengan prosedur perusahaan.

d. Jaminan (*assurance*)

Asuransi adalah kemauan untuk menetapkan kerugian-kerugian kecil (sedikit) yang sudah pasti sebagai pengganti/substitusi kerugian-kerugian besar yang belum terjadi (Abbas Salim, 2007:1). Sedangkan indikator untuk jaminan atau assurance dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Perusahaan memberikan jaminan atas produk yang cacat, seperti gratis service, atau memberikan souvenir kecil atas keluhan konsumen yang masuk.
- 2) Perusahaan memberikan perhatian penuh terhadap anda ketika menunggu antrian dalam transaksi dikasir
- 3) Karyawan di perusahaan Ranch Market memiliki waktu luang untuk membantu anda, ketika anda membutuhkan sesuatu.

e. Empati (*empathy*)

Definisi empati dalam pemasaran menurut Nursodik (2010:23) adalah perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan dalam menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan kebutuhan pelanggan serta siap

apa yang diinginkan pelanggan. Indikator empati atau empathy dalam penelitian ini adalah :

- 1) Prosedur pelayanan perusahaan yang tidak berbelit-belit dalam melayani setiap kebutuhan konsumen.
- 2) Line layanan konsumen atau customer service perusahaan mudah untuk dihubungi oleh konsumen.
- 3) Karyawan mengetahui dan merespon dengan ramah, sopan, dan cekatan apa keinginan konsumen.

3. Minat Beli (Y)

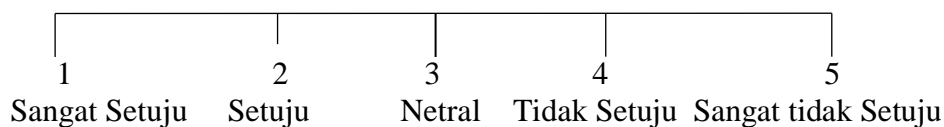
Schiffman dan Kanuk (2007:201) Mengemukakan bahwa minat merupakan salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku. Minat beli dapat diartikan sebagai suatu sikap senang terhadap suatu objek yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan objek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau pengorbanan.

Lucas dan Britt dalam Natali (2008:87) ada beberapa indikator yang terdapat pada minat Beli antara lain:

- a. Ketertarikan (*Interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan dan perasaan senang.
- b. Keinginan (*Desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki.
- c. Keyakinan (*Conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

D. Pengukuran Variabel

Tipe skala yang digunakan dalam mengukur variabel tersebut, baik itu variabel bebas maupun variabel terkait adalah menggunakan *skala likert*. Sedangkan pengukuran data menggunakan *skala ordinal*, dengan pola pertanyaan sebagai berikut:



Tanggapan atau pendapat tersebut dinyatakan dengan memberi skor yang berada dalam rating nilai 1 sampai dengan 5 pada masing-masing skala, dimana nilai 1 menunjukkan nilai terendah dan nilai 5 nilai tertinggi.

E. Teknik Pengumpulan Data

1) Jenis Data

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri.

2) Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam analisis ini adalah data yang diambil langsung dari konsumen Ranch Market Galaxy Mall Surabaya dengan cara menyebarkan kuesioner.

F. Populasi dan Sampel Penelitian

1) Populasi

Sudjana dalam Fatihudin (2012:64) menyatakan bahwa populasi adalah totalitas semua nilai yang memungkinkan, hasil menghitung atau pengukuran, kuantitas atau kualitas daripada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan

obyek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya. Arikunto (2010:46) menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Sedangkan Sugiyono (2015:67) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/ subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah *customer* Ranch Market pada divisi laboratorium sebanyak 150 orang.

2) Sampel

Fatihudin (2012:66) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi. Penelitian sampel (*sampling study*) dilakukan karena pertimbangan efisiensi biaya, waktu dan tenaga disamping bermaksud mereduksi obyek penelitiannya serta melakukan generalisasi. Sampel harus mewakili seluruh karakteristik populasi. Arikunto (2010:49) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sedangkan Sugiyono (2015:70) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Berkaitan dengan teknik pengambilan sampel, Arikunto dalam Riduwan (2009:68) menyatakan bahwa untuk sekedar *ancer-ancer* maka subyek kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika subyeknya besar, dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25% atau lebih. Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan *proportionate stratified*

random sampling karena populasi mempunyai anggota atau unsur homogen dan berstata proposional. Untuk menentukan besar sampel menggunakan rumus Taro Yamane atau Slovin dalam Riduwan (2009:68) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N.d^2+1}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi (150 orang)

d² = Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

Perhitungan besar sampel:

$$n = \frac{N}{N.d^2+1} = \frac{150}{(150).0,1^2+1} = \frac{150}{2,5} = 60 \text{ responden}$$

G. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam suatu penelitian adalah langkah berikutnya setelah pengumpulan data dilakukan. Tentu saja data yang dihimpun tersebut adalah data yang sudah matang, siap diolah, hasil seleksi yang ketat dari peneliti tentang kebenaran, ketepatan dan kesahihannya, apakah sudah sesuai dengan yang dikehendaki dalam penelitian tersebut (Fatihudin, 2012:133).

Pengolahan data merupakan proses penerimaan data sebagai masukan (input) kemudian diproses oleh suatu program tertentu dan mengeluarkan hasil proses data dengan komputer yang dikenal dengan EDP (*Electric Data Processing*). Teknik analisa yang digunakan pada penelien ini adalah regresi linear berganda. Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi

20, sehingga pemrosesan data berjalan secara otomatis dan kemudian diinterpretasikan hasilnya.

H. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi liner berganda karena dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).

1. Uji Instrumen

a. Menguji Validitas

Uji validitas dilakukan berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Riduwan (2007:81), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Untuk menguji validitas alat ukur terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus Pearson Product Moment.

$$r_{\text{hitung}} = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi) \cdot (\sum Yi)}{\sqrt{\{n \cdot \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

(Riduwan, 2007:81)

Keterangan:

- r_{hitung} = Koefisien korelasi
- Xi = jumlah skor item
- Yi = jumlah skor total
- n = Jumlah responden

Selanjutnya dihitung dengan uji t dengan rumus:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \text{ (Riduwan, 2007:81)}$$

Keterangan:

t = Nilai t_{hitung}

r = Koefisien korelasi hasil r_{hitung}

n = Jumlah responden

Kaidah keputusan: jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ berarti valid, sebaliknya: jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ berarti tidak valid

b. Menguji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpul data yang digunakan. Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan rumus alpha Cronbach. Riduwan (2007:90) menyatakan bahwa rumus alpha adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai realibilitas

$\sum Si$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

St = Varians total

k = jumlah item

Standarisasi reliabilitas berdasarkan kaidah reliabilitas Guilfor. Berikut adalah tabel reliabilitas Guilfor:

Tabel 3.1 Reliabilitas Guilfor

Koefisien	Kriteria
<0,2	Tidak Reliabel
0,2 – 0,39	Kurang Reliabel
0,4 – 0,69	Cukup Reliabel
0,7 – 0,89	Reliabel
>0,9	Sangat Reliabel

Sumber: Riduwan (2007)

2. Uji Hipotesis

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolonieritas.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data tersebut mengikuti sebaran normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data tersebut mengikuti sebaran normal dapat dilakukan dengan berbagai metode diantaranya metode kalmogorov smirnov, dengan menggunakan SPSS 20 (Ghozali, 2013:35). Pedoman dalam mengambil keputusan apakah suatu distribusi data mengikuti distribusi normal adalah:

- a) Jika nilai signifikan (nilai probalitasnya) lebih kecil dari 5% maka distribusinya adalah tidak normal.
- b) Jika nilai signifikan (nilai probalitasnya) lebih besar dari 5% maka distribusinya adalah normal.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili

berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar) (Ghozali, 2013:89).

Mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- a) Nilai probabilitas $>0,05$ berarti bebas dari heteroskedastisitas
- b) Nilai probabilitas $<0,05$ berarti terkena heteroskedastisitas

3) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menunjukkan adanya hubungan linear antar variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi. Salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan melihat besarnya nilai *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/ tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2013:97).

Jadi dapat disimpulkan bahwa sebelum mengujikan regresi maka harus terlebih dahulu uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

b. Uji Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yaitu dengan melihat pengaruh antara variabel bebas harga (X_1) dan kualitas layanan (X_2) terhadap variabel minat beli (Y) dengan mode persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y= Minat beli

a= Konstanta

b_1 = Koefisien regresi *independent* pertama

b_2 = Koefisien regresi *independent* kedua

x_1 = Variabel *independent* pertama (harga)

x_2 = Variabel *independent* kedua (kualitas layanan)

e= Nilai standar eror

Sementara pengukuran yang ada dalam metode regresi linier berganda adalah koefisien korelasi merupakan cara yang digunakan untuk melihat derajat hubungan antar variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelian ini menunjukkan kuat atau lemahnya hubungan antara harga dan kualitas layanan terhadap ,minat beli secara simultan maupun secara parsial dari masing-masing variabel.

- c. Analisis koefisien determinan berganda (R^2) dan koefisien korelasi berganda (R).

Analisis koefisien determinan berganda digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel harga dan kualitas layanan secara simultan terhadap variabel minat beli . Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel bebas (Harga dan kualitas layanan) secara simultan terhadap variabel terikat (minat beli).

- d. Uji t

Uji t atau yang disebut dengan uji hipotesis parsial adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menguji tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan dari koefisien regresi.

Persamaan yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\beta}{S_b} \quad (\text{Usman dan Akbar, 2003:80})$$

Keterangan:

t = Nilai uji t

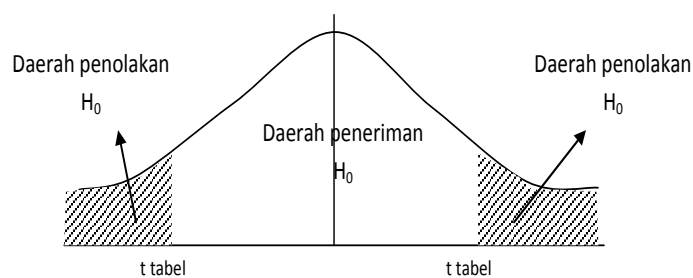
β = jumlah pengamatan

Sb = Deviasi variabel

Dalam uji t menggunakan level of signifikan (α) sebesar 5% atau $\alpha = 0,05$. Adapun kriteria pengujian yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- Hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$
- Hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ nilai signifikan $< 0,05$

Dalam gambar ini akan terlihat daerah penerimaan dan daerah penolakan hipotesis H_0 dan H_1 .



Gambar 3.1 Daerah Penerimaan Dan Penolakan

H_0 ditolak jika harga mutlak t (t_{hitung}) lebih besar dari t (t_{tabel}) yang didapat dari $t = 5\%$ ($\alpha = 0,05$) artinya ada pengaruh antara hubungan antara dua variabel. Dan H_1 ditolak jika t (t_{hitung}) lebih kecil dari t (t_{tabel}) yang didapat dari $t = 5\%$ ($\alpha = 0,05$) artinya tidak ada pengaruh antara hubungan antara dua variabel.

e. Uji F

Uji F atau disebut dengan uji hipotesis silmultan adalah metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap varibel terikat.

Persamaan yang digunakan dalam uji F adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

(Usman dan Akbar, 2003:101)

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinan

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah pengamatan

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

Adapun kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut :

- Hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$
- Hipotesis H_0 ditolak dan H_1 ditetima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$