

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Waktu Dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dari bulan Februari- Desember 2021. lokasi penelitian ini dilakukan pada Toko Buku Suci yang terletak di Jl. Jendral Sudirman No.128, Kuanino, Kec. Kota Raja, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur.

#### **B. Populasi dan Sampel**

##### 1. Populasi

Populasi sebagai wilayah generalisasi terdiri atas obyek dan subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, (Sugiyono, 2015: 117). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian di Toko Buku Suci Kota Kupang.

##### 2. Sampel

Sampel memiliki arti suatu bagian dari keseluruhan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi (Sugiyono, 2018:118). Karena jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti, maka jumlah sampel yang ideal dan representative diperoleh dari indikator penelitian dikalikan 5 sampai 10. Pada penelitian ini, jumlah indikator sebanyak 16 dan nilai yang ditentukan 5. Penentuan jumlah minimal sampel di hitung berdasarkan rumus sebagai berikut

$$n = (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan})$$

= 5 × 16 indikator

= 80 sampel.

Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang berusia minimal 17 tahun atau berpendidikan minimal SMA

### **C. Jenis Data**

Terdapat dua jenis sumber data yang digunakan untuk melengkapi dan mendukung penelitian ini ;

1. Jenis data menurut sumbernya :
  - a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dari sumber pertama yang dikumpulkan secara langsung dilapangan. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan pembagian kuisisioner kepada konsumen yang pernah berbelanja di Toko Buku Suci Kota Kupang.
  - b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak kedua atau sumber data yang diperoleh secara langsung atau melalui media perantara (diperoleh atau di catat oleh pihak lain) yang telah dipublikasikan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah jenis barang yang dijual dan penjualan yang diperoleh dari Toko Buku Suci Kota Kupang.
2. Jenis data menurut sifat
  - a. Data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh berupa angka-angka atau bilangan. Data kuantitatif yang digunakan yaitu data penjualan pada Toko Buku Suci Kota Kupang.

- b. Data berupa penjelasan-penjelasan yang diperoleh dari hasil pra survei konsumen atau pertanyaan tertulis maupun hasil lisan saat pengumpulan data lapangan berupa pendapat konsumen tentang Toko Buku Suci Kota Kupang

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2014) mengungkapkan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain:

1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi daftar pertanyaan kepada responden yang dibuat berdasarkan indikator dari masing-masing variabel.

2. Wawancara

Yaitu melakukan tanya jawab dan mencatat hasil wawancara dengan masyarakat Kota Kupang tentang aktifitas yang berkaitan dengan penelitian dan konsumen pada saat melakukan pembelian pada Toko Buku Suci Kota Kupang.

3. Dokumentasi

Metode ini yakni pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen. Dokumen yang dipergunakan adalah data sekunder yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, misalnya data penjualan pada Toko Buku Suci Kota Kupang.

## **E. Variabel Penelitian, Defenisi Operasional, Indikator, Skala Pengukuran**

### **1. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah satu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk mempelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012 : 59). Dalam penelitian ini terdapat 2 jenis variabel yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah :

#### **a. Variabel Indenpenden**

Variabel indenpenden dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel beabs adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya/timbulnya variabel indenpenden adalah:

1. Keragaman Produk (X1)
2. Suasana Toko (X2)
3. Promosi (X3)

#### **b. Variabel Dependen**

Variabel dependen dalam bahasa Indonesia disebut variabel terikat. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y)

### **2. Defenisi Operasional**

Definisi operasional merupakan seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati (observasi) dan bagaimana juga

mengukur suatu variabel ataupun konsep definisi operasional tersebut dan dapat membantu untuk mengklasifikasi gejala di sekitar ke dalam kategori khusus dari suatu variabel. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3.1**

**Definisi Operasional**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah sebuah keputusan yang diambil konsumen setelah memikirkan dan mempertimbangkan layak atau tidaknya untuk membeli produk tersebut pada Toko Buku Suci Kota Kupang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemilihan produk</li> <li>2. Pemilihan merek</li> <li>3. Penentuan waktu pembelian</li> <li>4. Jumlah pembelian</li> </ol>	Ordinal
Keanekaragaman produk (X1)	Keanekaragaman produk adalah produk dengan jenis barang yang berbeda-beda yang ditawarkan oleh Toko Buku Suci Kota Kupang.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelengkapan produk</li> <li>2. Merk produk</li> <li>3. Variasi ukuran produk</li> <li>4. Variasi kualitas produk</li> </ol>	Ordinal
Suasana Toko (X2)	Suasana toko adalah karakteristik fisik toko secara menyeluruh yang dapat menarik konsumen dalam melakukan pembelian pada Toko Buku Suci Kota Kupang.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exterior</li> <li>2. General interior</li> <li>3. Store layout</li> <li>4. Interior display</li> </ol>	Ordinal
Promosi (X3)	Promosi adalah suatu usaha komunikasi dari perusahaan untuk mengenalkan produk yang ada pada Toko Buku Suci Kota Kupang melalui media massa, sehingga membuat konsumen mengenal produk-produk yang dijual.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iklan</li> <li>2. Personal selling</li> <li>3. Promosi penjualan</li> <li>4. Publisitas</li> </ol>	Ordinal

### 3. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel penelitian ini menggunakan rating (*rating scale*) dimana skala yang digunakan yaitu likert *scale*. Menurut Hermawan & Yusran (2017: 87) skala likert adalah skala yang mengukur pernyataan setuju atau tidak setuju seseorang terhadap rangkaian pernyataan yang berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu objek tertentu.

**Tabel 3.2**

**Skala Pengukuran**

No	Kategori	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### F. Uji Kuisisioner

Uji instrument dilakukan dengan mengetahui validitas dan reliabilitas suatu instrument. Uji coba tersebut dapat diketahui dari kelayakan dari instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden, baik tidaknya instrument yang digunakan akan berpengaruh terhadap hasil penelitian. Sehingga dapat diketahui layak tidaknya untuk pengumpulan.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketetapan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Uji validitas digunakan untuk memilih diantara item-item pernyataan yang relevan untuk dianalisis

dengan cara menguji korelasi antara skor item pertanyaan dari skor total dari pernyataan tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Pearson Product Momen*, sebagai berikut :

$$r_{hitung} = \frac{N \sum XY (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$r_{hitung}$  : Koefesien Korelasi

$\sum X_1$  : Jumlah Skor Item

$\sum Y_1$  : Jumlah Skor Total (Skor Item)

n : Jumlah Responden

Valid jika nolai *corrected item correlation* untuk semua item pernyataan  $\geq 0,3$  sesuai dengan persyaratan, sehingga seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk pengumpulan data. Perhitungan validitas dibantu menggunakan SPSS.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk menguji kekonsistensi jawaban responden atas pertanyaan di kuisisioner. Reliabilitas digunakan untuk menguji kekonsistensi instrument penelitian saat dilakukan pengujian secara berulang. Perhitungan ini merupakan rumus *Cronbach Alpha* (Wiyono, 2011) yaitu :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum \sigma^2_{xL}}{\sigma^2_X} \right]$$

$\alpha$  : *Cronbachs Coefficients Alpha* atau reliabilitas instrument

K : Jumlah pecahan atau banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma^2_{xL}$  : Total dari varian dari masing-masing pecahan

$\sigma^2_X$  : Varian dari total skor

## G. Metode analisis data

Analisis data adalah salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel yang mempengaruhi variabel yang lain agar data yang dikumpulkan dapat bermanfaat. Maka dari itu harus diolah dan dianalisis yang nantinya dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis verifikatif.

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena di lokasi penelitiannya yaitu Toko Buku Suci Kota Kupang dan mengukur persepsi, pengetahuan dan keterampilan responden yang dilakukan menggunakan skala likert, yang merupakan skala ordinal. Setiap indikator akan diajukan pertanyaan kepada setiap responden.

Berdasarkan Levis (2013:173) rumus yang digunakan untuk menentukan kategori persepsi populasi, yaitu :

$$Ps - p = \left( \frac{\bar{X}PS - p}{5} \right) \times 100\%$$

Keterangan :

Ps-p = Kategori Persepsi

$\bar{x}$  ps-p = Rata-rata Skor Untuk Persepsi Populasi

5 = Berasal Dari Skor Tertinggi Skala Likert

Menurut Levis (2013: 174) lima kriteria pengambilan keputusan untuk mengukur presentase dari jawaban responden adalah sebagai berikut :

≥ 20-36% : Sangat Tidak Baik

> 36-52%	: Tidak Baik
>52-68%	: Cukup Baik
>68-84%	: Baik
>84-100%	: Sangat Baik

## 2. Analisis Statistik inferensial

### a. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali,2009). Model regresi yang baik adalah model regresi yang distribusinya normal atau mendekati normal. Data distribusi normal dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik pengambilan keputusan pembelian konsumen. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal yang diperoleh, maka model regresi tersebut memenuhi normalitas atau dapat dikatakan normal. Begitu pula sebaliknya jika data yang menyebar jauh dari garis diagonal yang diperoleh dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi normalitas atau dapat dikatakan tidak normal.

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau garis histogramnya, menunjukkan distribusi normal di bawah kurva normal, maka model regresi memenuhi.

b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram, tidak menunjukkan distribusi normal di bawah kurva normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## 2) Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2016:159), uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik. Model dapat dinyatakan mengalami syarat linearitas apabila *sig lenarity*  $< 0.05$  dan nilai *deviation from linearity sig*  $> 0.05$ .

## 3) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:103) tujuan uji multikolinearitas untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Pendeteksi terhadap multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance*  $\geq 0.10$  atau sama dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil analisis linear regresi  $\leq 10$ .

## 4) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:139) menyatakan bahwa, uji heterokedastisitas adalah varian tidak homogen. Model regresi

yang baik adalah model yang memenuhi syarat homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Model dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas jika probabilitas lebih besar lebih besar dari taraf signifikansi 5%. Dapat juga dilihat dari scatterplot apabila titik-titik yang ada menyebar di atas dan di bawah angka sumbu Y atau tidak membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

#### **b. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis linier berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh keanekaragaman produk (X1), Suasana Toko (X2), Promosi (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

b<sub>1</sub> = Koefesien regresi variabel keanekaragaman produk

b<sub>2</sub> = Koefesien regresi variabel suasana toko

b<sub>3</sub> = Koefesien Regresi Variabel Promosi

X<sub>1</sub> = Variabel Keanekaragaman Produk

X<sub>2</sub> = Variabel Suasana Toko

X<sub>3</sub> = Variabel Promosi

#### **c. Pengujian Hipotesis Statistik**

Untuk mengetahui pengaruh variabel keanekaragaman produk, suasana toko, promosi terhadap variabel keputusan pembelian maka dilakukan pengujian dengan menggunakan

1) Uji Parsial (Uji t )

Uji parsial bertujuan untuk menguji secara parsial pengaruh keanekaragaman produk (X1), suasana toko (X2), promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada formula uji t yang digunakan sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

$t_{hitung}$ : Pengaruh secara parsial

$b_i$  = Koefisien Regresi

$S_{b_i}$  = Simpangan Baku (*standar error*) dari  $b_i$

taraf signifikan  $\alpha = 0,05$

Hipotesis statistik

a)  $H_0 : b_i = 0$ , artinya secara parsial variabel keanekaragaman produk (X1), suasana toko (X2), promosi (X3) tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

b)  $H_a ; b_i \neq 0$ , artinya secara parsial variabel keanekaragaman produk (X1), suasana toko (X2) dan promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Kaidah pengambilan keputusan :

a) Jika  $sig > \alpha (0,05)$  maka diterima  $H_0$  dan tolak  $H_a$ , artinya secara parsial variabel keanekaragaman produk (X1), suasana toko (X2), promosi (X3) mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y)

b) Jika  $\text{sig} < \alpha$  (0,05), maka diterima  $H_a$  tolak  $H_o$ , artinya secara parsial variabel keanekaragaman produk (X1), suasana toko (X2), promosi (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y)

## 2) Uji Simultan (Uji F)

Uji ini bertujuan untuk menguji secara simultan pengaruh variabel keanekaragaman produk (X1), suasana toko (X2) dan promosi (X3) dan keputusan pembelian (Y). formulasi uji F yang digunakan sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{JKR / (k - 1)}{JKE / (n - k)}$$

Keterangan :

JKR = Jumlah Kuadrat Regresi

JKE = Jumlah Kuadrat *Error*

n = Banyaknya Responden (sampel)

k = Banyaknya Variabel

Taraf signikan  $\alpha = 0,05$

Hipotesis Statistik

a)  $H_o : b_i = 0$ , artinya variabel keanekaragaman produk (X1), suasana toko (X2) dan promosi (X3) tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y)

b)  $H_a : b \neq 0$ , minimal salah satu variabel dari keanekaragaman produk (X1), suasana toko (X2) dan promosi (X3) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

dengan kaidah pengambilan keputusan

- a) Jika  $\text{sig} > \alpha$  (0,05) maka terima  $H_0$  dan tolak  $H_a$ , artinya secara simultan variabel keanekaragaman produk (X1), suasana toko (X2) dan promosi (X3) mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- b) Jika  $\text{sig} < \alpha$  (0,05) maka terima  $H_a$  dan tolak  $H_0$ , artinya secara simultan variabel keanekaragaman produk (X1), suasana toko (X2) dan promosi (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

**d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui kontribusi pengaruh variabel bebas yaitu keanekaragaman produk (X1), suasana toko (X2) promosi (X3) secara bersama-sama terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y), dengan formulasi, sebagai berikut :

$$(R^2) = \frac{JKR}{JKT} \times 100 \%$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien Determinasi

JKR = Jumlah Kuadrat Regresi

JKT = Jumlah Kuadrat Total

Pada perhitungan regresi tersebut akan diperoleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang digunakan untuk mengukur tingkat ketetapan

yang paling baik dari model regresi yang digunakan. jika  $R^2$  diperoleh mendekati 1 (satu), maka semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi faktor independent (bebas) terhadap faktor dependen (terikat) . Jika  $R^2$  yang diperoleh mendekati 0 (nol) maka secara lemah model tersebut dalam menerangkan variasi faktor independent (bebas) terhadap faktor dependent ( terikat). secara umum dapat dituliskan bahwa besarnya  $R^2$  adalah  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Penelitian ini menggunakan program SPSS untuk mengolah data statistiknya.