

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis penelitian

Pendekatan dan jenis penelitian tentang pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk membeli di Toko batik Dinar DTC Surabaya menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, menitik beratkan pada pengujian hipotesis dengan menggunakan data terukur sehingga diharapkan akan dapat ditarik suatu kesimpulan.

B. Objek Penelitian Yang Dianalisis

Objek penelitian ini adalah Toko batik Dinar yang berada di pusat perbelanjaan terkenal di Jl. Darmo Kota Surabaya yang bernama DTC (*Darmo Trade Center*). Toko batik Dinar yang menjual berbagai macam pakaian batik dan berbagai merek jenis batik, berdirinya gerai atau lokasi berdirinya toko berada di lantai 3 blok A terletak paling utara gedung kawasan penjual pakaian batik dan kawasan tersebut sangat strategis yang berdekatan dengan tempat parkir kendaraan bermotor yang berada di lantai 3 DTC Surabaya. Lokasi yang strategis dan mudah di jangkau oleh pengunjung DTC.

C. Populasi, Sampel, dan Tehnik sampling

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁴¹. Berdasarkan definisi dari populasi tersebut, maka dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen Toko batik Dinar selama waktu penelitian berlangsung.

2. Sampel

Menurut Arikunto, “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang akan diteliti. Jika subjek kurang dari 100 orang maka lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, tetapi jika jumlahnya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20% dari jumlah populasi”⁴², jadi pada penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 100 orang yang membeli di toko batik Dinar berdasarkan teknik pengambilan sampel yaitu sampling kuota. Sampelnya adalah konsumen Toko batik Dinar Di *Darmo Trade Center* Surabaya yang membeli pakaian batik selama penelitian 2 bulan lamanya dan sampel diambil berdasarkan kuota.

3. Teknik Pengambilan Sampling

Untuk menentukan sampel yang diambil menggunakan *Non Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak semua populasi dalam posisi yang sama-sama memiliki peluang untuk dipilih menjadi

⁴¹ Sugiyono, F, 2008, *Metode Penelitian kuantitatif*, Alfabeta, Bandung, hal : 115

⁴² Arikunto, 2006, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan praktik*, Rineka Cipta, Jakarta hal: 134

sampel.⁴³ Metode pengambilan sampelnya menggunakan *sampling kuota*, yaitu teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan.⁴⁴ Maka jumlah sampel mengacu pada teori penelitian, sampel ditentukan kuota sampai jumlah yang di tentukan.

D. Variabel Dan Indikator Penelitian

1. Variabel Bebas (X)

a. Harga (X₁). Pada variabel ini telah ditentukan indikator penelitian berdasarkan landasan teori yang telah disusun. Beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli yang dikemukakan oleh Lupiyoadi dan Tjiptono yang akan dijadikan indikator. sebagai berikut:

- 1) Harga diskon.
- 2) Harga terjangkau.
- 3) Kesesuaian harga dengan kompetitor
- 4) Harga variatif.

Tabel 3.1 Indikator variabel harga

Variabel bebas (X ₁)	Indikator
HARGA	1.Diskon
	2.Harga yang terjangkau
	3.Kesesuain harga dengan kompetitor
	4.Harga yang variatif

Sumber: Fandy Tjiptono.Strategi pemasaran&Lupiyoadi.Strategi pemasaran

⁴³ Sugiyono.F,2008,*Metode penelitian*.Alfabeta.Bandedung.Hal 118

⁴⁴ Sugiyono.F,2008,*Metode penelitian*.Alfabeta.Bandedung.Hal 124

b. Lokasi (X_2) : pada variabel ini terdapat beberapa indikator yang telah disusun berdasarkan landasan teori. Faktor minat beli Menurut Ivonne Wood pada lokasi yang akan menjadi indikator. sebagai berikut :

- 1) Lokasi yang luas.
- 2) Visualisasi lokasi (mudah dilihat).
- 3) Lokasi dekat parkir.
- 4) Lokasi dekat dengan jalan masuk.
- 5) Mudah diakses kendaraan.

Tabel 3.2 Indikator variabel lokasi

Variabel Bebas (X_2)	Indikator
LOKASI	1. Stand yang luas
	2. Visualisasi lokasi
	3. Lokasi dekat lahan parkir
	4. Lokasi yang dekat dengan jalan masuk
	5. Mudah diakses kendaraan

Sumber: Ivonne Wood. Layanan pelanggan

2. Variabel Terikat (Y)

Keputusan pembeli (Y). Pada variabel ini diperoleh indikator variabel dari landasan teori dan penelitian terdahulu. Faktor keputusan pembelian menurut Basu Swastha dijadikan indikator: sebagai berikut :

- 1) Kemampuan finansial
- 2) Tawaran harga yang variatif

- 3) Persaingan harga
- 4) Tempat yang mudah dijangkau
- 5) Tempat yang nyaman

Tabel 3.3 Indikator variabel keputusan pembelian

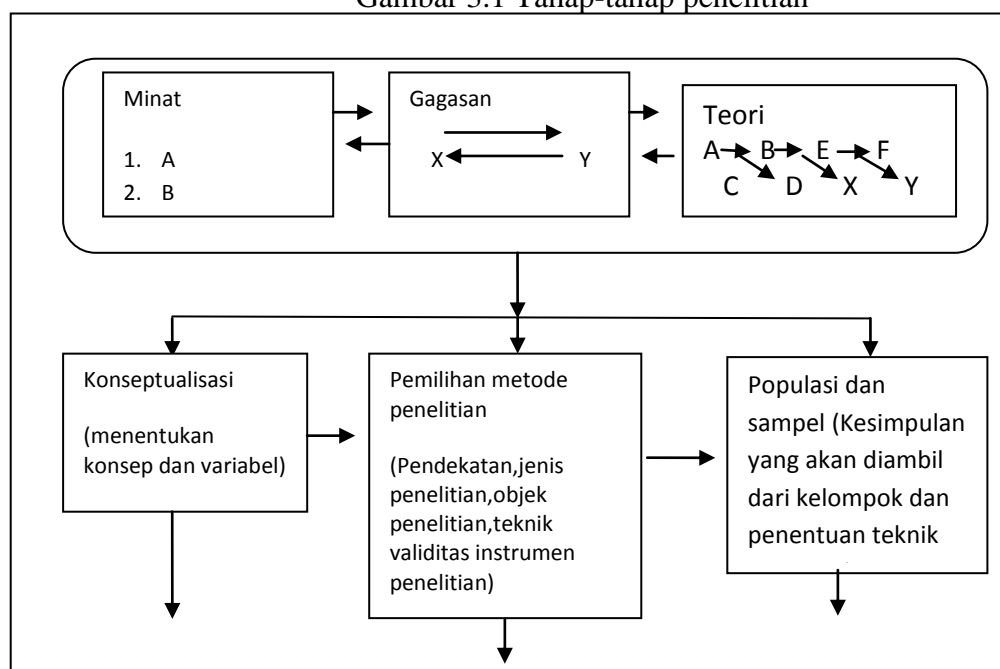
Variabel terikat (Y)	Indikator
Keputusan pembelian	1. Kemampuan finansial
	2. Tawaran harga yang variatif
	3. Persaingan harga
	4. Tempat mudah dikunjungi
	5. Tempat yang nyaman

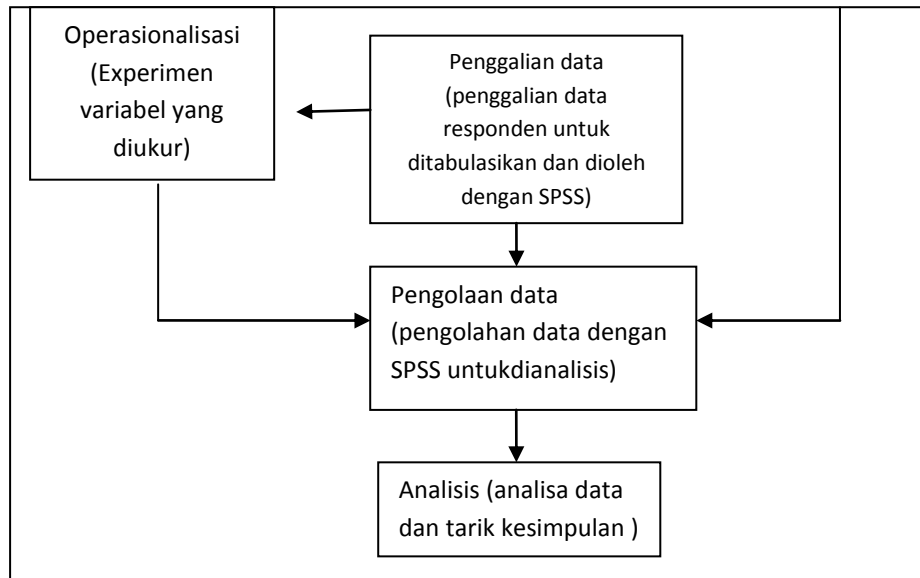
Sumber : Basu Swastha.Pemasaran Modern

E. Tahap-tahap penelitian

Tahap-tahap Penelitian dapat disusun sesuai dengan gambar berikut :

Gambar 3.1 Tahap-tahap penelitian





Sumber: Penelitian terdahulu yang relevan

Tahap-tahap penelitian ada 7 tahapan diantaranya adalah :⁴⁵

Tahap 1 : konseptual dengan mengidentifikasi persoalan yang menarik untuk diteliti, kemudian merumuskan latar belakang masalah, dan membuat rumusan masalah sebagai batasan penelitian agar bisa fokus, setelah itu tujuan penelitian, dan menuliskan manfaat penelitian.

Tahap 2 : pemilihan metode penelitian (mendefinisikan secara operasional mengenai variabel pengaruh harga dan lokasi yang dimaksud oleh peneliti, dan mendefinisikan secara operasional mengenai keputusan konsumen untuk membeli yang sesuai dengan dilapangan. Menentukan jenis pendekatan penelitian, mendeskripsikan objek penelitian yang akan di teliti, menentukan tehnik validitas dalam pengujian instrumen data. Menuliskan hipotesis antara Ho dan Ha. Tahap ini termasuk merencanakan , berfikir, membaca, membuat konsep, mulai dari

⁴⁵Ratnasari,2013,*Persepsi mahasiswa terhadap keberadaa Jurusan Manajemen dakwah,IAIN Sunan Ampel Surabaya*,Skripsi,Jurusan Manajemen dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya;43

teknik pengumpulan data, analisis, teknik validitas, revisi konsep, teoritisasi, bertukar pendapat, konsultasi dengan pembimbing, dan penelusuran pustaka.

Tahap 3 : penentuan populasi, dimana populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung pusat perbelanjaan DTC Surabaya. Menurut teori Arikunto “Menentukan sampel yang diambil sejumlah 10% dari jumlah populasi”⁴⁶ sesuai pada jumlah keseluruhan pengunjung atau konsumen toko batik Dinar. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu sampling kuota. Peneliti menentukan metode yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Tahap 4 : fase operasionalisasi (penentuan variabel dan indikator penelitian) dimana pada penelitian ini variabelnya adalah harga, lokasi dan keputusan pembelian. Indikator dari berbagai variabel harga ialah diskon, kesesuaian harga dengan pasar, harga kompetitor, harga yang terjangkau. Indikator lokasi ialah lokasi yang strategis dengan tempat parkir, berdekatan dengan tangga penghubung, visualisasi, mudah diakses kendaraan, lokasi stan yang cukup luas. Indikator keputusan pembelian ialah kemampuan finansial, persaingan harga, tawaran harga variatif, tempat yang mudah dikunjungi, tempat yang. Teknik pengumpulan data dengan ini peneliti menggunakan kuisioner, serta penyiapan data untuk dianalisis pada tahap ini menggunakan SPSS

Tahap 5 : fase pengumpulan data dengan kuisioner yang telah disusun dan disebarkan kepada responden yang ditemui untuk memperoleh temuan data.

Tahap 6 : fase pengelolaan data, pada fase ini setelah dilakukan dilapangan guna mengumpulkan data primer, yakni pada tahap pengumpulan data primer dimulai

⁴⁶ Arikunto, 2006, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan praktik*, Rineka Cipta, Jakarta hal: 134

dengan uji validitas instrumen penelitian sebelumnya yang kemudian dilakukan penyebaran angket dengan jumlah yang ditentukan keseluruhan setelah itu ditbulasikan secara manual menggunakan Microsoft Exel untuk tabulasi data yang telah diperoleh. Dan lanjut pengolahan data menggunakan SPSS pada data dilakukan evaluasi lanjutan agar data yang digunakan benar-benar valid.

Tahap 7 : Analisis ini merupakan tahap akhir setelah data dikelola melalui SPSS, maka di analisis guna menentukan dan mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, kemudian menabulasikannya berdasarkan variabel dari seluruh responden, dan menyajikannya untuk dihitung guna menjawab rumusan masalah, dan melakukan uji hipotesis yang telah diajukan apakah hasilnya diterima atau ditolak. Dan sebelum data disajikan dalam bentuk pelaporan yang kemudian di presentasikan atau di ujikan maka dalam analisis ini harus benar-benar detail dan teliti agar data yang di peroleh adalah valid.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data jika dilihat dari sumber data yaitu sumber data primer yang dapat memberikan secara langsung kepada pengumpul data. Selanjutnya kalau dilihat dari segi cara atau tehnik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan kuesioner, Dokumentasi⁴⁷.

1. Kuisisioner

Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau

⁴⁷ Sugiyono,2006,*Metode Penelitian Kuantitatif,kualitatif,dan R&D*,bandung ,Alfabeta,hal.137

pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesiner merupakan alat teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden⁴⁸.

Sugiyono mengungkapkan beberapa jenis prinsip penulisan angket yaitu sebagai berikut :

- a. Isi dan tujuan pertanyaan atau pernyataan, yang dimaksud disini adalah isi pertanyaan tersebut merupakan bentuk pengukuran atau bukan. Kalau berbentuk pengukuran, maka dalam membuat pertanyaan harus teliti, setiap pertanyaan harus ada skala pengukuran dan jumlah itemnya mencukupi untuk mengukur variabel yang diteliti.
- b. Bahasa yang digunakan, bahasa yang digunakan dalam penulisan angket harus disesuaikan dengan kemampuan berbahasa responden.
- c. Tipe dan bentuk pertanyaan, tipe pertanyaan dalam angket dapat berupa terbuka dan tertutup, (dalam wawancara bisa berstruktur dan tidak berstruktur), dan bentuknya dapat menggunakan kalimat positif dan negatif.
- d. Pertanyaan tidak mendua
- e. Tidak menanyakan yang sudah lupa
- f. Pertanyaan tidak mengiring, artinya usahakan pertanyaan tidak mengiring pada jawaban yang baik saja atau yang jelek saja.

⁴⁸ Iskandar, 2008. *Penelitian Pendidikan Dan Sosiasal*, Jakarta, Gaung Persada Group, hal. 77

- g. Panjang pertanyaan, pertanyaan dalam angket sebaiknya tidak terlalu panjang, sehingga akan membuat jenuh responden dalam mengisi.
- h. Untuk pertanyaan, urutan pertanyaan dalam angket, dimulai yang umum menuju yang khusus, atau dari yang mudah menuju hal yang sulit.⁴⁹

Prinsip pengukuran, angket yang diberikann responden adalah merupakan instrumen penelitian, yang digunakan untuk mengukur variabel harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk membeli yang akan diteliti. Oleh karena itu instrumen angket tersebut harus dapat digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel dari variabel yang diukur.

Penampilan fisik angket, penampilan fisik angket sebagai alat pengumpul data akan mempengaruhi respon atau keseriusan responden dalam mengisi angket. Dan hal ini dilampirkan pada lampiran 1 dan 2 dalam pedoman penulisan kuesioner dan lampiran kuesioner.

G. Teknik Validitas Instrumrn Penelitian

Validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terdapat dilapangan dan data yang diperoleh oleh peneliti. Validitas dikonsepsikan sebagai sejauhmana tes mampu mengukur atribut yang seharusnya diukur. Suatu alat ukur yang tingginya validitasnya akan menghasilkan error pengukur yang kecil. Artinya

⁴⁹ Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Bisnis, Edisi 4*, Jakarta, Salemba empat, hal. 174

skor setiap objek yang diperoleh dari alat ukur tersebut tidaklah jauh berbeda dari skor sesungguhnya.⁵⁰

Di dalam penelitian ini menggunakan pengujian validitas konstruksi dimana instrumen dicobakan pada sampel dari mana populasi diambil sebagai jumlah anggota sampel atau bukan yang digunakan sekitar 20 orang sebagai percobaan terlebih dahulu sebelum ditanyakan kepada sampel (responden) sebenarnya. Dan skala pengukuran yang digunakan adalah dengan menggunakan skala *likert*, menurut Sugiyono “skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *likert* mempunyai gradasi yang positif sampai negatif. Setelah data ditabulasikan, maka pengujian validitas dilakukan dengan analisis faktor, yaitu uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai *r* tabel dengan *r* hitung.

Untuk menguji apakah masing-masing indikator valid atau tidak valid, bisa dilihat tampilan output *Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated item-Total Correlation* (mengkorelasikan skor faktor dengan skor total). Jika *r* hitung lebih besar dari pada *r* tabel maka positif maka butir pertanyaan atau indikator bisa dikatakan valid.⁵¹

Setelah didapatkan hasil perhitungan tersebut maka nilai korelasi *r* hitung dikorelasikan dengan nilai *r* tabel (1.984), jika *r* hitung > *r* tabel maka dikatakan positif dan dapat disimpulkan bahwa data tersebut valid dan sebaliknya jika *r* tabel < *r* hitung maka dikatakan negatif atau tidak valid. Jika butir instrumen tidak valid

⁵⁰ Abd.Rahman Chudlori dan Aun falestin Faletahan,Dkk,2011,*Panduan penulisan skripsi Manajemen Dakwah,Jur Manajemen Dakwah fak.Dakwah IAIN Sunana Ampel,Surabaya*,hal.51

⁵¹ Ghozali,2006,*Aplikasi multivariateSPSS,Univ.Diponegoro,Semarang*.hal:44

maka harus diperbaiki atau dibuang⁵².

Tabel 3.4 Pengukuran Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono, Metode penelitian Kualitatif kuantitatif R&D

H. Teknik Analisis Data

Menurut Ghozali dalam bukunya Aplikasi multivariate tentang analisis bahwa : “metode untuk mengkaji hubungan antara satu variabel atau lebih variabel bebas adalah regresi.⁵³ Ada dua jenis regresi yang dapat dipilih yaitu analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier ganda. Analisis data yang digunakan untuk mengkaji pengujian hipotesis yang diajukan oleh peneliti.

Adapun dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah analisis *regresi linier berganda (multiple regression)* karena untuk menguji pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat yang mencakup rumusan masalah yang menggunakan SPSS.

⁵² Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian kualitatif dan Kuantitatif, R&D*, Alfabeta, Bandung, hal 126

⁵³ Ghozali, imam, 2006, *Aplikasi analisis multivariate SPSS*, Univ. Diponegoro, Semarang, hal: 74