

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan mengenai harga, promosi dan suasana toko terhadap keputusan pembelian busana muslim pada Pasaraya JM Palembang. Lokasi penelitian berada di Jl. Letkol Iskandar No.578 Kota Palembang, Sumatera Selatan.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan rancangan korelasi keputusan pembelian dengan desain, harga, promosi dan suasana toko. Penelitian ini untuk mengetahui apakah desain, harga, promosi dan suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian busana muslim pada Pasaraya JM Palembang. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dalam pelaksanaan penelitian ini digunakan jenis penelitian kuantitatif ialah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu.³²

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dengan metodologi kuantitatif diperoleh signifikan hubungan antara variabel yang diteliti. Pada umumnya penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar.³³ Dengan memaparkan faktor-faktor yang mempengaruhi

³² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.14

³³ Saifuddin Azwar, Metode Penelitian, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011, hlm.5

harga, promosi dan suasana toko terhadap keputusan pembelian. Data penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang didapatkan dari konsumen busana muslim Pasaraya JM Palembang.

2. Sumber Data

Data yang diambil dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu: data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.³⁴ Data primer, data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya melalui wawancara langsung kepada salah satu karyawan galeri Pasaraya JM Palembang dan memberikan kuesioner atau angket pada pelanggan busana muslim Pasaraya JM Palembang.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh lewat pihak lain, yaitu data yang tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitian.³⁵ Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data sekunder diperoleh dari buku serta jurnal yang relevan dengan penelitian.

³⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2016), hlm.91

³⁵ *Ibid*, hlm.91

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diharapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah mengunjungi dan melakukan kegiatan pembelian busana muslim di Pasaraya JM Palembang. Populasi ini bersifat Heterogen yang dapat dilihat dari beragaman usia, pekerjaan, pendapatan dan lain-lain, dan juga jumlahnya tidak diketahui karena banyaknya konsumen yang berbelanja busana muslim di Pasaraya JM sehingga populasinya tak terhitung.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.³⁷ Mengingat banyaknya populasi dalam penelitian ini tak terhitung dan penulis menyadari adanya keterbatasan kemampuan dan biaya yang dimiliki, oleh karena itu penulis tidak melakukan penelitian kepada seluruh populasi, melainkan hanya mengambil bagian dari populasi yang telah ditetapkan, jadi sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili.³⁸

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Ke-5, (Bandung: Alfa Beta, 2003), hal.72.

³⁷ Muhajirin dan Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2017), hlm.120

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Al-fabeta,2013), hlm.81

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel non probabilitas sampling dengan metode *convenience sampling* atau sampling seadanya atau sering disebut *insidental sampling*. Sampel dapat dipilih karena berada pada waktu, situasi, dan tempat yang tepat. Sampling Insidental merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.³⁹

Penentuan jumlah sampel yang ditentukan dalam penelitian ini berdasarkan perhitungan melalui rumus *Hair at al* adalah tergantung dari jumlah indikator dikali rentang 5 sampai 10.⁴⁰ Jumlah sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\begin{aligned} S &= \text{jumlah indikator} \times 5 \\ &= 15 \times 5 \\ &= 75 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Keterangan:

S = sampel

Jadi jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti ini adalah sebanyak 75 orang responden yang dijadikan sampel.

³⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan ke-23, (Bandung: Al-fbeta, 2013), hlm.67

⁴⁰ J.F. Hair, *Multivariate Data Analysis*, Edisi 5, (Semarang: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm.20

E. Teknik Pengumpulan Data

Taknik pengumpulan data merupakan cara yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan, penyajian fakta untuk tujuan tertentu. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawabnya, baik secara langsung maupun tidak langsung.⁴¹

Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner yang bersifat tertutup, artinya pertanyaan yang dibuat dengan sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dengan pertanyaan yang menggunakan skala likert (1-5) yang memiliki tingkat referensi jawaban masing-masing skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut :

1. SS = Sangat Setuju diberi skor 5
2. S = Setuju diberi skor 4
3. KS = Kurang Setuju diberi skor 3
4. TS = Tidak Setuju diberi skor 2
5. STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

Semakin besar nilai yang diberikan oleh responden, akan menunjukkan bahwa faktor tersebut semakin berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kuesioner pada

⁴¹ Helen Sabra Adip, *Metodelogi Penelitian*, (Palembang, Noer Fikri, 2015), hlm.37

penelitian ini akan ditujukan kepada konsumen busana muslim Pasaraya JM Palembang.

F. Variabel-Variabel Penelitian

1. Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁴² Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini adalah Harga (X1), Promosi (X2) dan Suasana Toko (X3).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁴³ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

3. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Harga (X1)	Sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Keterjangkauan harga ➤ Kesesuaian harga dengan kualitas produk 	Likert

⁴² Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, Cetakan ke-23, (Bandung: Al-fbeta, 2013), hlm.39

⁴³ *Ibid*, hlm.39

	tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Daya saing harga ➤ Kesesuaian harga dengan manfaat ➤ Harga mempengaruhi daya beli konsumen 	
Promosi (X2)	Kegiatan yang tujuannya untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat mengenal produk yang ditawarkan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Iklan ➤ Promosi penjualan ➤ Kualitas penyampaian pesan dalam penanyangan iklan di media promosi ➤ Jangkauan promosi ➤ Kualitas penanyangan iklan di media peomosi 	Likert
	Suatu kegiatan dimana	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pencahayaan ➤ Tata letak 	Likert

<p>Suasana Toko (X3)</p>	<p>pengusaha memanipulasi toko dengan desain bangunan, ruang interior, tata ruang lorong-lorong, bau, warna, bentuk, dan suara yang dialami para pelanggan untuk mencapai pengaruh tertentu.</p>	<p>barang-barang</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Suhu didalam ruangan ➤ Fasilitas kamar ganti ➤ Desain dan warna toko 	
<p>Keputusan Pembelian (Y)</p>	<p>Proses penilaian dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kebutuhan yang dirasakan ➤ Kegiatan sebelum membeli ➤ Perilaku waktu memakai ➤ Perilaku pasca pembelian 	<p>Likert</p>

Sumber : Dikumpulkan dari Berbagai Sumber, 2020

G. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kebenaran suatu instrumen (kuesioner). Kuesioner dinyatakan valid dan sah jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kemudian pengujian signifikan dilakukan dengan kriteria menggunakan t tabel pada tingkat signifikan 0.05 dengan uji dua sisi. Jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner dinyatakan valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner dinyatakan tidak valid.⁴⁴

2. Uji Reliabilitas

Dalam melakukan pengujian reliabilitas terhadap pertanyaan-pertanyaan pada variabel Harga (X1), Promosi (X2), Suasana Toko (X3) dan Keputusan Pembelian (Y), penulis menggunakan metode *Alpha Croancach's*. Metode *Alpha Croancach's* digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut baik. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Alpha Croancach's* lebih dari 0,60.

H. Teknik Analisis Data

Berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan, maka analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif, dengan menggunakan model regresi linier berganda, pengolahan data kuesioner

⁴⁴ Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm.52

yang digunakan dengan bantuan program SPSS versi 21. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen dan variabel independen yang diteliti berdistribusi normal atau tidak sebagai salah satu syarat pengujian asumsi sebelum tahapan uji statistik untuk pengujian hipotesis. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak dengan melihat nilai signifikannya. Menurut Sutrisno Hadi data dapat dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai $p > 0,05$ maka data dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai $p < 0,05$ maka data dinyatakan tidak normal.⁴⁵

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (variabel bebas) yang akan dianalisis berhubungan secara linier atau tidak dengan variabel dependen (variabel terikat).⁴⁶ Uji linier menggunakan *Test for Linearity* dengan nilai signifikan 0,05. Variabel

⁴⁵ Iredho Fahmi Reza, *Metodelogi Penelitian Psikologi Kuantitatif, kualitatif dan Kombinasi*, (Palembang: Noerfikri Offset, 2016), hlm.67

⁴⁶*Ibid*, hlm.67-68

independen dan variabel dependen dikatakan memiliki hubungan yang linier jika signifikan kurang dari 0,05.

c. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas yang berarti terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel independen (X). Multikolonieritas hanya terjadi pada regresi linier berganda. Ada beberapa tanda suatu regresi linier berganda mempunyai masalah multikolonieritas, yaitu ada *R square* tinggi, tetapi hanya ada sedikit variabel independen yang signifikan bahkan tidak signifikan.⁴⁷ Uji multikolonieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*. Multikolinieritas terjadi jika nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan VIF > 10. Jika VIF tidak melebihi 0,10, maka dikatakan bahwa tidak multikolonieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu dengan adanya ketidaksamaan varian dari residul untuk semua pengamatan pada model regresi. Adapun beberapa pengujian yang bisa digunakan adalah Uji Speaman's rho, Uji Park, serta melihat pola grafik regresi. Jika signifikan kolerasi kurang 0,05, maka pola regresi terjadi masalah heteroskedastisitas.⁴⁸

⁴⁷Lien Sapyan Yamin dan Heri, *Regresi dan Kolerasi Dalam Genggaman Anda*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm.115

⁴⁸Duwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), hlm.254

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua variabel atau lebih variabel independen. Persamaan regresi linier dalam penelitian ini adalah,⁴⁹ sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Penjelasan :

Y = Keputusan Pembelian (Variabel Dependen)

A = Konstanta

X1 = Harga (Variabel Independen/bebas)

X2 = Promosi (Variabel Independen/bebas)

X3 = Suasana Toko (Variabel Independen/bebas)

b1 = Koefisien regresi variabel harga

b2 = Koefisien regresi variabel promosi

b3 = Koefisien regresi variabel suasana toko

e = Variabel gangguan

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu prosedur untuk membuktikan kebenaran sifat populasi berdasarkan data sampel. Dalam statistic, hipotesis yang ingin diuji kebenarannya biasanya akan dibandingkan dengan hipotesis yang salah kemungkinan nanti akan ditolak. Hipotesis yang salah disimbolkan dengan H_0 (Hipotesis nol) dan hipotesis yang benar disimbolkan dengan

⁴⁹ Sudrajad, *Manajemen Ekonometrika Pemula, Cetakan Kesatu*, (Bandung : Armico, 2011), hlm.112

Ha (Hipotesis Alternatif). Dalam menguji hipotesis dari data sampel, statistic telah mengembangkan uji t.⁵⁰

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji signifikan parsial (uji t) adalah suatu prosedur yang mana hasil sampel dapat digunakan untuk verifikasi kebenaran atau kesalahan hipotesis nol (Ho), keputusan untuk menerima atau menolak Ho dibuat berdasarkan nilai uji statistic yang diperoleh dari data.⁵¹ Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :⁵²

- 1) Dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel.
Jika $t \text{ tabel} > t \text{ hitung}$, maka Ho diterima dan Ha ditolak
Jika $t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$, maka Ho ditolak dan Ha diterima
- 2) Dengan menggunakan angka probabilitas signifikan.
Jika signifikan $> 0,05$, maka Ho diterima dan Ha ditolak
Jika signifikan $< 0,05$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

⁵⁰ Agus Tri Basuki, Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm.22

⁵¹ *Ibid*, hlm.22

⁵² Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Kedua*, (Semarang : badan penerbis universitas Diponegoro, 2011), hlm.97

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji F pada umumnya digunakan untuk memperlihatkan apakah variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Adapun kriteria dalam uji F adalah sebagai berikut :

- 1) Taraf signifikan $\alpha = 0,05$
- 2) H_0 akan ditolak jika F_{hitung} , artinya antara variabel indeoenden (X) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).
- 3) H_a akan diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya antara variabel independen (X) secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

c. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Jika nilai koefisian sama dengan satu (1), berarti garis regresi yang terbentuk cocok secara sempurna dengan nilai-nilai observasi yang diperoleh.

Kegunaan koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

- 1) Sebagai ukuran ketepatan garis regresi yang dibentuk dari hasil pendugaan terhadap sekelompok data hasil dari observasi. Semakin besar R^2 maka makin bagus garis regresi yang dibentuk. Sebaliknya semain kecil R^2 maka makin tidak tepat garis regresi tersebut dalam mewakili data hasil observasi.

2) Mengukur besar proporsi (persentase) dari jumlah ragam Y yang diterangkan oleh regresi untuk mengukur besar sumbangan variabel penjelas X terhadap variabel respon Y.⁵³

⁵³ Dergibon Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), hlm.259-260