

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Setting Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di 212 Mart Lemabang Palembang yang beralamatkan di Jalan R. E. Martadinata. 2 Ilir. Kecamatan Ilir Timur II. Kota Palembang. Sumatera Selatan 30163.

#### **B. Desain Penelitian**

Pada penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada 212 Mart Lemabang Palembang, maka desain penelitian ini termasuk pada jenis penelitian menggunakan data informasi melalui penyebaran kuesioner yang diperoleh langsung oleh responden pelanggan 212 Mart Lemabang Palembang.

#### **C. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Adapun didalam penelitian ini data yang diperoleh melalui kuesioner yang didapatkan dari pelanggan 212 Mart Lemabang Palembang.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya atau obyek yang akan diteliti.<sup>1</sup> Data primer dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden pelanggan di 212 Mart Lemabang Palembang.

---

<sup>1</sup>Asep Hermawan, Husna Leila Yusran. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. (Depok: Prenadamedia Group. 2017). Hlm. 119

## **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>2</sup>

Untuk mempermudah pelaksanaan penelitian maka terlebih dahulu menentukan luas populasi sebagai daerah generalisasi serta memberi batasan dan sifat-sifat populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan 212 Mart Lemabang Palembang yang belum diketahui pasti.

### **2. Sampel**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>3</sup> Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen/pelanggan Koperasi Syariah 212 Mart Lemabang Palembang yang membeli lebih dari 1 kali dan konsumen/pelanggan minimarket lain. Konsumen/pelanggan yang dimaksud ialah laki-laki dan perempuan yang beragama Islam yang pernah berbelanja di Koperasi Syariah 212 Mart Lemabang Palembang.

Metode dalam pengambilan sampel adalah Teknik *Nonprobability Sampling* yakni sebagai Teknik Sampling yang tidak memberi peluang/kesempatan sama setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dan yang akan digunakan adalah Teknik *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel atas dasar kebetulan yaitu siapa

---

<sup>2</sup>Muhajirin dan Maya Panorama. *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2018). Hlm. 113

<sup>3</sup>*Ibid.* Hlm. 114

pun yang kebetulan ditemui tersebut cocok digunakan sebagai sumber data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan perhitungan sampel menurut Roscoe, di dalam penelitian ini melakukan analisis multivariat (lebih dari dua variabel, variabel independen dan dependen), maka jumlah sampel minimal adalah 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti<sup>4</sup>. Variabel dalam penelitian ini ada 5 (independen dan dependen), maka jumlah sampelnya  $10 \times 5 = 50$ . Jadi sampel pada penelitian ini adalah 50 responden.

## **B. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Angket (Kuesioner)**

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.<sup>5</sup> Pernyataan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan Skala *Likert* (1-5) yang mempunyai preferensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

- 1) Sangat Setuju (SS) : diberi bobot/ skor 5
- 2) Setuju (S) : diberi bobot/ skor 4
- 3) Netral (N) : diberi bobot/ skor 3
- 4) Tidak Setuju (TS) : diberi bobot/ skor 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi bobot/ skor 1

---

<sup>4</sup>Pungkasih Titi Sari dan Abdul Rohman. (*Persepsi Mahasiswa Atas Pengaruh Tenologi Informasi Terhadap Kualitas Informasi Akuntansi Dengan Etika Pengguna Sebagai Variabel Moderasi*). Diponegoro Journal Of Accounting. Vol. 4 No. 2. 2015. Hlm. 80-85

<sup>5</sup>Suryani, Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. (Jakarta: Prenadamedia Group. 2015). Hlm. 173

## 2. Metode Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap narasumber/informan atau sumber data.<sup>6</sup>

### C. Variabel-Variabel Penelitian

#### 1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel independen (bebas) biasanya disimbolkan dengan variabel X. Variabel pada penelitian ini adalah produk (X1), persepsi harga (X2), lokasi (X3), kualitas layanan (X4).

#### 2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen (terikat) biasanya disimbolkan dengan variabel Y. Variabel pada penelitian ini adalah keputusan pembelian ulang (Y).

---

<sup>6</sup>*Ibid.* Hlm. 183

## D. Definisi Operasional Penelitian

**Tabel 3.1**  
**Operasional Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator	Jenis Data
Produk (X1)	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Daya tahan produk</li><li>2) Kesadaran merek (<i>brand awareness</i>)</li><li>3) Tampilan</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kualitas Produk</li><li>2. Pengemasan</li></ol> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Merek</li><li>2. Loyalitas merek</li></ol> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Variasi Produk</li><li>2. Ukuran</li></ol>	Ordinal
Persepsi Harga (X2)	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Kualitas</li><li>2) Biaya yang dikeluarkan</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li><li>2. Kesesuaian harga dengan manfaat</li></ol> <ol style="list-style-type: none"><li>1 Keterjangkauan harga</li><li>2 Harga memengaruhi daya beli konsumen</li></ol>	Ordinal
Lokasi (X3)	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Mudah dijangkau</li><li>2) Aman</li><li>3) Kemudahan</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Akses</li><li>2. Lalu Lintas</li></ol> <ol style="list-style-type: none"><li>1 Tempat parkir</li><li>2 Lingkungan</li></ol> <ol style="list-style-type: none"><li>1 Visibilitas</li><li>2 Kompetisi</li></ol>	Ordinal

Kualitas Layanan (X4)	<p>1) Penampilan petugas</p> <p>2) Kecermatan petugas</p> <p>3) Merespon setiap pelanggan</p> <p>4) Petugas memberikan jaminan</p> <p>5) Mendahulukan kepentingan pelanggan</p>	<p>1. Berwujud (<i>tangible</i>)</p> <p>2. Ketersediaan sarana dan prasarana</p> <p>1 Keandalan (<i>reliability</i>)</p> <p>2 Kemampuan pegawai</p> <p>1 Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)</p> <p>2 Kecermatan</p> <p>1 Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>)</p> <p>2 Kepercayaan pada pegawai</p> <p>1 Empati (<i>emphaty</i>)</p> <p>2 Perhatian pegawai</p>	Ordinal
Keputusan Pembelian Ulang (Y)	<p>1) Kemudahan</p> <p>2) Waktu pembelian</p> <p>3) Kenyamanan</p>	<p>1 Kebutuhan yang dirasakan.</p> <p>2 Kemudahan dalam penggunaan</p> <p>1. Kegiatan sebelum membeli.</p> <p>2. Merekomendasikan pada orang lain</p> <p>1. Perilaku waktu memakai.</p>	Ordinal

		2.Melakukan pembelian ulang	
	4) Kepuasan	1 Perilaku pasca pembelian. 2 Tidak ingin pindah ke retail lain	

## E. Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan untuk melihat setiap pertanyaan dalam kuesioner terhadap valid atau tidak. Kuesioner yang dikatakan valid jika pertanyaan yang ada pada kuesioner tersebut. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid artinya instrument tersebut bisa digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dari variabel yang diteliti seharusnya diukur dari variabel yang diteliti secara tepat.<sup>7</sup> Pengujian ini dilakukan dengan signifikan level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Adapun kriteria dikatakan valid yaitu:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pertanyaan kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pertanyaan kuesioner dinyatakan tidak valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Karena instrumen itu sudah baik. Uji reliabilitas instrumen penelitian menggunakan rumus *Alpha Cronbach's*. *Alpha Cronbach's* adalah rumus matematis yang digunakan untuk

---

<sup>7</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Cetakan ke-23. (Bandung: Alfabeta. 2016). Hlm. 121

menguji tingkat reliabilitas ukuran, dimana instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau *Alpha Cronbach's sebesar* 0,60 atau lebih<sup>8</sup>.

## **F. Teknik Analisis Data**

Berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan, maka analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif, dengan menggunakan model regresi linier berganda, pengelolaan data kuesioner yang digunakan dengan bantuan program SPSS Versi 22.

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan sebagai berikut:

### **1. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas ini akan menguji data variabel (X) dan data variabel (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal sebagai salah satu syarat pengujian asumsi sebelum tahapan uji analisis statistik untuk pengujian hipotesis. Salah satu jenis uji data normalitas yaitu *Kolmogorov Smirnov*.

Data dikatakan berdistribusi normal atau jika tidak  $p > 0,05$  maka data dikatakan berdistribusi normal dan sebaliknya, jika nilai  $p < 0,05$  maka data dinyatakan tidak normal.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Ratika Zahra dan Nofha Rina. (*Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung*). Jurnal Lontar. Vol. 6 No. 1. 2018. Hlm. 50

<sup>9</sup> Ruli As'ari. (*Pengetahuan Dan Sikap Masyarakat Dalam Melestarikan Lingkungan Hubungannya Dengan Perilaku Menjaga Kelestarian Kawasan Bukit Sepuluh Ribu Di Kota Tasikmalaya*). Jurnal GeoEco. Vol. 4 No. 1. 2018. Hlm. 11

## **b. Uji Linieritas**

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang akan dianalisis berhubungan secara linier atau tidak dengan variabel dependen.<sup>10</sup>

Uji linieritas adalah jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka hubungan antara variabel X dan Y adalah linier. Sedangkan jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka hubungan antara variabel X dan Y adalah tidak linier.

## **c. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan antar variabel independen. Menurut Ghozali, menyatakan bahwa untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas di dalam suatu model regresi yaitu dengan menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance* dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ), maka model regresi tidak terjadi multikolinieritas.
- b) Jika nilai *Tolerance*  $> 0,1$  maka model regresi tidak terjadi dari multikolinieritas.

## **d. Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas ialah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residu untuk semua pengamatan pada model regresi. Adapun metode pengujian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Uji Glejser*. Model regresi yang baik

---

<sup>10</sup>Iredho Fani Reza. *Metodologi Penelitian Psikolog Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. (Palembang: Noerfikri Offest. 2016). Hlm. 67-68.

adalah tidak terjadi heteroskedastisitas, dapat dilihat jika signifikan korelasi lebih dari 0,05 maka pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.<sup>11</sup>

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang merupakan analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel independen dan

Regresi ganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian Ulang

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Produk

X<sub>2</sub> = Persepsi harga

X<sub>3</sub> = Lokasi

X<sub>4</sub> = Kualitas Layanan

B<sub>1</sub>...B<sub>4</sub> = Koefisien regresi

E = Error

## 3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan dalam penelitian ini ada tiga, yaitu T (Parsial), Uji F (Simultan) dan Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>).

---

<sup>11</sup>Dwi Priyanto. *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. (Yogyakarta: Media Kom. 2018). Hlm. 81.

**a. Uji Signifikan Parameter Individual (uji t)**

Uji signifikan t digunakan untuk melihat positif atau signifikan pengaruh dari variabel bebas atau independen (X) terhadap variabel terikat atau dependen (Y), Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Penguji ini dilakukan dengan signifikan level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

- 1) Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak
- 2) jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima

**b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)**

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah variabel bebas atau independen (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau dependen (Y). Penguji ini dilakukan dengan signifikan level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

- 1) Jika nilai  $F_{tabel} < F_{hitung}$  maka  $H_a$  diterima
- 2) jika nilai  $F_{tabel} > F_{hitung}$  maka  $H_a$  ditolak

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sambungan variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen<sup>12</sup>. Nilai koefisien determinasi yang biasanya diberi simbol  $R^2$  dapat menunjukkan hubungan pengaruh antara dua variabel yaitu variabel terikat atau dependen dan variabel bebas atau independen.

---

<sup>12</sup> Hamid Halin dan Hendry Wijaya. (Pengaruh Harga Jual Kaca Patri Jenis Silver Terhadap Nilai penjualan Pada Cv. Karunia Kaca Palembang Tahun 2004-2015). Jurnal Ecoment Global. Vol. 2 No. 2. 2017. Hlm. 53