

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen yang dipengaruhi oleh persepsi harga dan keragaman produk pada Optik Gelora cabang Cukir Jombang.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu (Sugiyono, 2013), pengambilan sampel dilakukan secara *insidental sampling* yaitu teknik penentu sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan bisa digunakan sebagai sampel apabila orang yang kebetulan ditemui itu cocok. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan sebagai penguji hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai perilaku, obyek orang atau kejadian (Sugiyono, 2013).

Metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner kepada responden pada konsumen *optik* gelora cabang Cukir Jombang dan teknik analisis data regresi linier berganda, analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya keputusan pembelian konsumen yang dipengaruhi persepsi harga dan

keragaman produk. Analisis regresi berganda digunakan apabila memiliki 2 variabel independen (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini menggunakan program statistik SPSS statistic 21 *for windows* dimana untuk mempermudah dalam proses pengolahan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan *output* berupa hasil pengolahan data tersebut diinterpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya.

3.2 Lokasi, Obyek dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Optik Gelora cabang Cukir Jombang. Waktu penelitian yang direncanakan untuk penelitian yaitu dari bulan Mei sampai dengan bulan Agustus 2021.

3.3 Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) serta dua variabel independen yaitu persepsi harga (X1), keragaman produk (X2). Definisi operasional dari ketiga variabel tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Keputusan pembelian

Mengacu pada konsep penelitian yang dikemukakan oleh (Sfenrianto et al., 2018) dalam penelitian ini keputusan pembelian didefinisikan sebagai penetapan pilihan oleh konsumen terhadap beberapa alternatif pilihan sebagai pemenuhan kebutuhan. Variabel pada penelitian

ini menggunakan indikator dengan beberapa penyajian sesuai keadaan lapangan, yaitu :

- a. Persepsi kemudahan dari fungsi dan kegunaan.
- b. Pengalaman pembelian.
- c. Kesesuaian (dengan nilai, norma dan kepercayaan)
- d. Pengaruh dari diri sendiri.
- e. Pengaruh dari luar diri sendiri.

2. Persepsi harga

Mengacu pada konsep penelitian yang dikemukakan oleh (Kotler & Armstrong, 2008) persepsi harga adalah kesesuaian nilai pada suatu produk dengan manfaat yang didapat, variabel ini diukur dengan indikator :

- a. Keterjangkauan harga.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk dan layanan.
- c. Daya saing harga.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

3. Keragaman produk

Mengacu pada konsep penelitian yang dikemukakan oleh (Sari & Setiyowati, 2017) dalam penelitian ini keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan seluruh barang yang ditawarkan penjual tertentu terhadap pembeli, variabel ini diukur dengan indikator :

- a. Ukuran produk yang beragam.
- b. Jenis produk yang beragam.

- c. Bahan produk yang beragam.
- d. Desain produk yang beragam.
- e. Kualitas produk yang beragam.

Tabel 1.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Butir
1	(Y) Keputusan pembelian sumber: (Sfenrianto et al., 2018)	Persepsi kemudahan dari fungsi dan kegunaan	Saya dengan mudah membeli kacamata di Optik Gelora Cabang Cukir.
		Pengalaman pembelian	Saya memiliki pengalaman yang menyenangkan ketika membeli kacamata di Optik Gelora Cabang Cukir.
		Kesesuain (dengan nilai, norma dan kepercayaan)	Saya merasa cocok dengan kacamata yang di jual di Optik Gelora Cabang Cukir.
		Pengaruh dari diri sendiri	Saya membeli kacamata di Optik Gelora Cabang Cukir atas kehendak dari diri sendiri.
		Pengaruh dari luar diri sendiri	Saya membeli kacamata di Optik Gelora Cabang Cukir atas pengaruh orang lain.
2	(X1) Persepsi harga sumber (Kotler & Armstrong, 2008)	Keterjangkauan harga	Harga Kacamata di Optik Gelora Cabang Cukir relatif terjangkau.
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk dan layanan	Harga Kacamata di Optik Gelora Cabang Cukir sesuai dengan kualitasnya.
		Daya saing harga	Harga Kacamata di Optik Gelora Cabang Cukir tidak jauh berbeda dengan harga kacamata yang ditawarkan oleh Optik lainnya.
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga Kacamata di Optik Gelora Cabang Cukir sesuai dengan manfaat yang saya terima.
3	(X2) Keragaman produk sumber : (Sari & Setiyowati, 2017)	Ukuran produk yang beragam	Kacamata di Optik Gelora Cabang Cukir tersedia untuk semua usia.

No	Variabel	Indikator	Butir
		Jenis produk yang beragam	Merk frame dan lensa kaca mata di Optik Gelora Cabang Cukir beragam.
		Bahan produk yang beragam	Bahan frame dan lensa kaca mata di Optik Gelora Cabang Cukir beragam.
		Desain produk yang beragam	Model kaca mata di Optik Gelora Cabang Cukir beragam.
		Kualitas produk yang beragam	Kualitas frame dan lensa kaca mata yang di Optik Gelora Cabang Cukir beragam.

(Sumber : data diolah, 2021)

3.4 Skala pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi orang atau beberapa kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013). Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor untuk digunakan jawaban yang akan dipilih. Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dapat dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3.2 Scoring Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

(Sumber : Sugiyono, 2013)

3.5 Penentuan Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Dengan memiliki kualitas juga karakteristik tertentu yang dipastikan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan pada wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek merupakan pengertian dari populasi (Sugiyono, 2013). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pembeli di Optik Gelora cabang Cukir Jombang yang jumlahnya tidak diketahui.

3.5.2 Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono “Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.Metode pengambilan adalah dengan metode *Non Probability Sampling* dengan teknik *insidental sampling* yaitu teknik penentu sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan bisa digunakan sebagai sampel apabila orang yang kebetulan ditemui itu cocok (Sugiyono, 2013).Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Menurut (Sugiyono, 2019), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah menggunakan rumus Cochransebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel yang diperlukan

z = harga dalam kurva normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = tingkat kesalahan sampel (sampling error), 10% = 0,1

Maka perhitungan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

n = 96,04 dibulatkan menjadi 96. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel yang digunakan berjumlah 96 orang.

3.6 Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian, data memiliki peran penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian dalam tujuan penelitian. Penelitian harus

mengetahui jenis data yang diperlukan dan bagaimana mengidentifikasi, mengumpulkan, serta mengolah data yang digunakan dalam penelitian ini.

3.6.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dan sekunder dijabarkan sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dengan membagi kuesioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, yang diperoleh dari data tentang pembeli kacamata di Optik Gelora cabang Cukir Jombang yang berupa gambar atau foto dan situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

3.6.2 Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner yang berisikan beberapa pernyataan sehingga responden hanya perlu memilih pernyataan yang sudah disediakan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, daftar pernyataan ini harus sesuai dengan permasalahan yang diteliti, dan memperoleh data berkaitan dengan variabel Keputusan Pembelian (Y), Persepsi Harga

(X_1), Keragaman Produk (X_2). Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner yang disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan. Skala yang digunakan adalah skala likert yang berisi lima tingkatan nilai untuk mewakili responden.

2. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara mengambil data dari dokumentasi asli. Buku, jurnal, internet merupakan dokumentasi yang asli memiliki hubungan dengan penelitian serta data-data mengenai Optik Gelora cabang Cukir Jombang.

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Instrumen penelitian dapat digunakan apabila suatu angket telah diuji dengan menggunakan uji validitas. Mengukur korelasi antar variabel atau item atas skor total variabel dengan melakukan uji validitas apabila skor semua item yang tersusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan total skor (Sugiyono, 2013). Untuk mengukur validitas yaitu dengan menggunakan analisis butir, artinya menghitung korelasi antara masing-masing butir dengan skor total (skor yang ada) dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*. Instrumen dikatakan valid apabila dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi r atas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid sebaliknya bila korelasi r dibawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R table	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0.695	0.30	Valid
	Y2	0.606	0.30	Valid
	Y3	0.703	0.30	Valid
	Y4	0.625	0.30	Valid
	Y5	0.645	0.30	Valid
Persepsi Harga (X1)	X1.1	0.645	0.30	Valid
	X1.2	0.804	0.30	Valid
	X1.3	0.806	0.30	Valid
	X1.4	0.721	0.30	Valid
Keragaman Produk (X2)	X2.1	0.679	0.30	Valid
	X2.2	0.615	0.30	Valid
	X2.3	0.506	0.30	Valid
	X2.4	0.615	0.30	Valid
	X2.5	0.682	0.30	Valid

(Sumber : data diolah, 2021)

3.7.2 Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan secara konsisten atau tidaknya yaitu dengan cara menerapkan uji reliabilitas, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Penelitian ini menggunakan formula Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 untuk menguji reliabilitas instrument (Sugiyono, 2013). Instrumen yang digunakan dapat dikatakan *reliable* pada suatu variabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Reliability Statistics			Reliability Statistics			Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.667	.667	5	.737	.735	4	.604	.601	5

(Sumber : data diolah, 2021)

Gambar 3.1 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	0.667	Reliabel
Persepsi Harga (X1)	0.735	Reliabel
Keragaman Produk (X2)	0.601	Reliabel

(Sumber : data diolah, 2021)

3.8 Teknik Analisis data

3.8.1 Analisa Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2013) analisis deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisa deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing-masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima. Untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan menurut (Sudjana, 2015) sebagai berikut:

$$Rentangskor = \frac{nilaiskortertertinggi - nilaiskorterendah}{jumlahkategori}$$

Intepretasi skor :

1,0 – 1,8 = Sangat rendah

1,81 – 2,6 = rendah

2,61 – 3,4 = Netral

3,41 – 4,2 = Tinggi

4,21 – 5,0 = Sangat Tinggi

Keterangan :

Skor tertinggi : 5

Skor terendah : 1

3.8.2 Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya keputusan pembelian konsumen yang dipengaruhi persepsi harga dan keragaman produk. Analisis regresi berganda digunakan apabila memiliki 2 variabel independen (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini menggunakan program statistik SPSS 21 *for windows* dimana untuk mempermudah dalam proses pengolahan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan *output* berupa hasil pengolahan data tersebut diinterpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya. Setelah dilakukan analisis baru dapat diambil kesimpulan hasil dari penelitian tersebut.

Regresi berganda digunakan untuk mengetahui sejauh manavariabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian konsumen di Optik Gelora cabang Cukir Jombang. Sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah persepsi harga dan keragaman produk. Model hubungan keputusan pembelian dengan beberapa variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b : Koefisien

X_1 : Persepsi Harga

X_2 : Keragaman Produk

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal ini dilakukan untuk memperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi penelitian ini menyaratkan uji asumsi terhadap data meliputi :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas diperlukan untuk melakukan pengujian variable lain dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik parametrik tidak dapat digunakan (Ghozali, 2012).

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2012). Uji normalitas data memiliki tujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model penelitian tersebut adalah data distribusi normal. Untuk menguji apakah data yang di kumpulkan berdistribusi normal atau tidak bisa dilakukan dengan metode sebagai berikut :

- a. Metode grafik yang terjamin adalah dengan melihat normal *probability* plot yang membandingkan distribusi kuantitatif dari distribusi normal. Distribusi normal membuat satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
- b. Metode statistik merupakan uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari *Kolmogorov smirnow*. Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan cara melihat nilai yang signifikan variabel, apabila signifikan lebih besar dari 0,05 maka menunjukkan distribusi data normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independent). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2012).

Uji multikolonieritas pada penelitian ini menggunakan matriks korelasi. Pengujian ada tidaknya gejala multikolonieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*variance inflation factor*) serta

toleransinya. Apabila nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai toleran tidak kurang 0,1 maka model dapat dikatakan bebas dari multikolonieritas, kemudian apabila VIF berskala dibawah 10 dan nilai toleran mendekati 1, maka dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut terdapat problem multikolonieritas (Ghozali, 2012). Apabila didalam model regresi tidak ditemukan asumsi deteksi seperti diatas, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolonieritas.

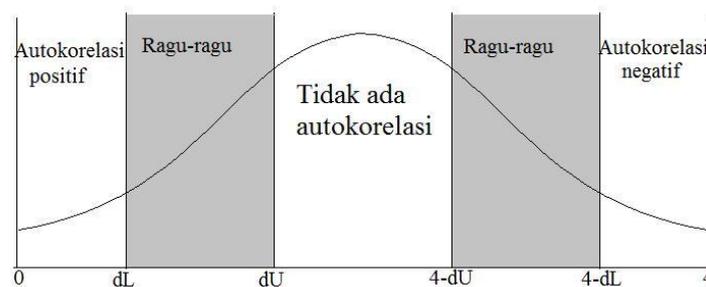
3. Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda maka disebut heteroskedastitas (Ghozali, 2012). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependent) dengan residualnya. Adapun dasar sebagai analisisnya adalah sebagai berikut :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu *cross sectional*. Autokorelasi adalah korelasi time series (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan cara menggunakan nilai DW (*Durbin Watson*) dengan kriteria pengambilan jika D-W sama dengan dua, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *rule of thumb* (aturan ringkas), jika nilai D-W terletak diantara dU dan 4-dU maka tidak mengalami gejala autokorelasi (Ghozali, 2012).



Gambar 3.2 Kurva Durbin-Watson

3.8.4 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan dalam menguji secara signifikan pengaruh parsial antara variabel X dan Y, apakah variabel Y (Keputusan pembelian) benar dipengaruhi oleh variabel X1 dan X2 (Persepsi harga dan Kergaman produk) secara terpisah atau secara parsial (Sugiyono, 2013). Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variable independen berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.
- b. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpegaruh signifikan terhadap variable dependen..

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa dalam kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil dapat diartikan kemampuan variabel-variabel independen dalam menejalaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen meberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi