

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian konklusif, dimana tujuan utama dari riset ini adalah menguji suatu hipotesis dan menguji apakah variabel dependen berhubungan dengan variabel independent. Kemudian jenis penelitian konklusif terbagi menjadi dua, yaitu Riset Deskriptif yang memiliki tujuan mendeskripsikan apa yang ada dari suatu hal, sedangkan yang kedua adalah riset kasual, dimana jenis riset ini memiliki tujuan untuk menentukan apakah ada hubungan sebab akibat dari suatu hal tersebut, berdasarkan pemaparan di atas penulis memutuskan untuk menggunakan metode kuantitatif deskriptif sebagai metode penelitiannya. Penelitian kuantitatif pada umumnya, dilakukan pada sampel yang di ambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat di generalisasikan pada populasi dimana sampel tersebut diambil (Sugiyono, 2005)

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2005). Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan pada Gerai Eiger Adventure Soekarno – Hatta Malang. Dalam penelitian ini peneliti mengambil obyek penelitian di Gerai Eiger Adventure Soekarno Hatta Malang, Dalam penelitian yang di lakukan ini, responden yang digunakan sebagai pertimbangan penentuan estimasi populasi sebagai berikut :

1. Responden setidaknya pernah berkunjung 2 kali pada Gerai Eiger Adventure Soekarno – Hatta Malang.
2. Responden setidaknya pernah membeli produk 2 kali pada Gerai Eiger Adventure Soekarno – Hatta Malang.

3.2.2 Sampel

Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari jumlah populasi, dengan melihat dari judul dan tujuan penelitian maka dari itu peneliti memutuskan untuk menggunakan metode pengambilan sampel purposive sampling,

yaitu teknik yang digunakan untuk mencari jumlah sampel dengan kriteria setidaknya responden pernah mengunjungi gerai Eiger Adventure Soekarno – Hatta Malang dan setidaknya pernah membeli produk 2 kali pada Gerai Eiger Adventure Soekarno – Hatta Malang dan setidaknya pernah mengunjungi gerai Eiger Adventure Soekarno – Hatta Malang sebanyak 2 kali, dalam pengambilan sampel responden yang di jadikan subyek penelitian adalah 100 orang, asumsi pengunjung yang melakukan kunjungan pada gerai Eiger Adventure Soekarno – Hatta Malang adalah 1000 orang per tahun sehingga di dalam penelitian ini hanya meneliti 10% dari jumlah pengunjung per tahun nya. Rumus sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah rumus Daniel dan Terrel (1994) untuk menghitung banyaknya sampel dari populasi tak terhingga (Infinite Population).

$$n = \frac{[z \alpha / 2]^2 p q}{d^2}$$

n = Besar sampel

$z \alpha / 2$ = nilai z untuk taraf nyata ($\alpha = 0,05$), nilai taraf kepercayaan (1,96)

p = estimasi proposi

d = taraf kesalahan 10%

Bila $\alpha = 5\%$ dan $d = 10\%$ dengan asumsi $p = \frac{1}{2}$ dan populasi tak terhingga maka n (jumlah sampel) yang dibutuhkan adalah :

$$n = \frac{[z \alpha / 2]^2 p q}{d^2}$$

$$n = \frac{[z 0,025]^2 0,5 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,25}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui bahwa jumlah dari responden minimal adalah 96 dan dibulatkan menjadi 100 responden.

1.3 Variabel, Operasionalisasi dan Pengukuran

1.3.1 Variabel Penelitian

a. Variabel Bebas (Independen)

Variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel lain, di dalam penelitian ini variabel bebas yang di gunakan adalah Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2)

b. Variabel Terikat (Dependen)

Jenis variabel yang digunakan sebagai faktor yang di pengaruhi oleh satu atau banyak variabel lain, pada penelitian ini variabel terikat nya adalah Keputusan Pembelian (Y)

c. Variabel Mediasi (Intervening)

Variabel yang terletak di antara variabel dependen dan independent sehingga variabel independent tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbul dari variabel dependen, dalam penelitian ini variabel mediasi nya adalah Kepuasan Pelanggan (Z)

1.3.2 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator |
|------------|--|---|
| Harga (X1) | Harga merupakan nilai jumlah yang di tagihkan pada pelanggan atas sejumlah produk ataupun jasa, harga yang di berikan adalah jumlah nilai yang didapatkan oleh pelanggan atas dasar pelanggan yang memakai produk maupun jasa tersebut | Harga produk sesuai dengan apa yang diinginkan Penetapan harga diatas harga pasar bila memang kualitas produk yang diberikan lebih baik daripada kompetitor sejenis Harga yang dibayar oleh konsumen di kasir sama dengan harga yang tertera pada label produk tersebut Harga yang di tawarkan berbanding lurus dengan kualitas yang di tawarkan |

| | | |
|-------------------------|---|--|
| | | Perbedaan harga dengan kompetitor sejenis |
| Kualitas pelayanan (X2) | Kualitas pelayanan memiliki pengertian suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antar konsumen dengan karyawan yang bertugas melayani konsumen tersebut atau hal hal lain yang memang bertujuan untuk memaksimalkan pelayanan untuk memudahkan konsumen | Tangibles (Bukti Fisik) Realibility (Keandalan) Responsiveness (Ketanggapan) Assurance (Jaminan dan Kepastian) Empathy (Rasa Empati) |
| Keputusan Pembelian (Y) | Keputusan Pembelian adalah suatu aksi atau kegiatan dimana pada tahap ini konsumen benar – benar membeli produk yang di butuhkan atau diinginkan, proses ini melibatkan secara langsung konsumen dalam membeli produk tertentu yang pada awalnya konsumen menginginkan atau membutuhkan sesuatu yang kemudian akan di hadapkan dengan sejumlah alternatif produk terkait. | Pengenalan masalah awal Pencarian informasi terhadap produk yang diinginkan maupun yang di butuhkan Evaluasi alternatif dimana ketika konsumen dihadapkan oleh berbagai alternatif yang tersedia akan produk terkait, konsumen akan dapat mengevaluasi sesuai kemampuan Keputusan Pembelian, keputusan yang akan membawa konsumen kepada apakah membeli |

| | | |
|--------------------|---|--|
| | | atau tidak dengan memikirkan perceived risk yang ada Perilaku pasca pembelian |
| Kepuasan Pelanggan | Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil kerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang di harapkan (ekspektasi). Konsumen membentuk ekpektasi mereka dari hasil pengalaman mereka sebelumnya, seperti bertanya dengan rekan, yang sudah pernah membeli produk tersebut atau dari informasi yang mereka dapatkan dari perusahaan tersebut. | Perasaan senang dalam membeli produk Eiger Adventure, Perasaan kecewa pasca membeli produk Eiger Adventure, Cenderung membeli Kembali (<i>re-purchasing</i>), Memberitahu orang lain tentang pengalaman pasca membeli produk Eiger Adventure. |
| | | |

1.3.3 Pengukuran Variabel

Untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala dan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial (Riduwan & Sunarto, 2017). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis instrumen angket dengan pemberian skor sebagai berikut:

Skala Pengukuran :

Tabel 3. 2Skala Pengukuran

| Jawaban | Skor |
|---------------------|-------------|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Netral | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

1.4 Metode Pengumpulan Data

1.4.1 Pengumpulan Data

Kuisisioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuisisioner. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada 100 responden yang berisikan pernyataan tentang “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Gerai Eiger Adventure Soekarno Hatta Malang”. Dalam pengumpulan data responden juga dibimbing bagaimana cara pengisian kuisisioner tersebut. Adapun dalam pelaksanaannya, kuisisioner di berikan kepada pengunjung Gerai Eiger Adventure Soekarno – Hatta Malang yang memenuhi kedua syarat yang disebutkan di atas untuk melakukan pengisian kuisisioner terakit yang kemudian mereka akan mengisi sesuai dengan keadaan sebenarnya.

1.5 Metode Analisis

1.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan seberapa valid suatu instrument penelitian, suatu instrument akan di anggap valid apabila instrumen tersebut mampu menunjukkan data yang tepat dari variabel yang diteliti. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan suatu program statistic SPSS. Metode uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan hasil dari masing masing nilai item dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika r hitung $>$ r tabel maka data tersebut dinyatakan valid

- Jika r hitung $<$ r tabel maka data tersebut dinyatakan tidak valid

1.5.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan pengertian bahwa ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrument dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur. Suatu instrumen pengukuran dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat. Jadi uji reliabilitas instrument dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrument sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Mustafa, 2009). Menurut Sambas dan Maman dalam membuat kesimpulan, dengan cara membandingkan nilai hitung r dan nilai tabel r . kriterianya jika nilai hitung r lebih besar ($>$) dari nilai tabel r , maka instrument dinyatakan reliabel (Maman, 2007). Reliabilitas variabel ditentukan berdasarkan nilai *Cronbach alpha*, apabila nilai α lebih besar dari 0,6 maka dikatakan variabel tersebut reliabel atau dapat diandalkan.

Rumus yang digunakan dalam Uji Realibilitas sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } r = \left(\frac{k}{k-n} \right) \left(\frac{1 - \frac{\sum ab^2}{at^2}}{at^2} \right)$$

Dimana :

r : Realibilitas instrument

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum ab^2$: Jumlah varian butir

at^2 : Varian total

1.5.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). hasil estimasi koefisien model regresi berganda dapat dilihat sebagai berikut: Analisis linier berganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variable bebas

atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Persamaan regresi ganda dirumuskan sebagai berikut :

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

y = keputusan pembelian

a = konstanta

b = koefisien regresi

X₁ = harga

X₂ = kualitas pelayanan

1.5.4 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dalam model regresi, apakah dalam model variabel dan model regresi nya terjadi kesalahan atau penyakit (Wijaya, 2009), berikut macam macam jenis uji asumsi klasik:

3.5.5 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan atas dasar melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan bebas mempunyai distribusi yang normal atau tidak, suatu model yang baik tentunya adalah yang memiliki distribusi yang normal. Untuk penelitian ini peneliti hanya memaparkan melalui hasil grafik dari perhitungan regresi yang di hasilkan dari program statistic SPSS. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis uji Kolmogorov – Smirnov dimana jenis uji ini merupakan jenis uji normalitas menggunakan fungsi distributive kumulatif, nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika $K_{Hitung} < K_{Tabel}$ atau nilai $Sig > Alpha$ (Suliyanto, 2011).

3.5.6 Uji Heterokedastisitas

Jenis data yang menunjukkan heterokedastisitas adalah varian dari variabel yang tidak sama dengan semua pengamatan, jika varian dari residual tersebut dari satu pengamatan yang lain sama maka data tersebut menjadi data yang homoskedastisitas. Oleh karena itu dilakukanlah uji heterokedastisitas untuk mengetahui apakah adanya

ketidaksamaan varian residual pada data, peneliti menggunakan uji glesjer dimana model regresi apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan residual lebih dari 0,05

3.5.7 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak. Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinier (Suliyanto, 2011). Model hubungan yang dinilai baik adalah model yang tidak memiliki korelasi antar variabel independennya. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat ditinjau dari *Variance Inflation Factor* (VIF), dimana apabila $VIF > 10$ maka data tersebut dinyatakan multikolinieritas, kemudian apabila $VIF < 10$ maka data tersebut bebas dari multikolinieritas

3.5.8 Analisis jalur (path analysis)

Digunakan untuk menganalisis pola hubungan antara variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas dengan variabel terikat (Riduwan & Kuncoro Engkos Achmad, 2007). Teknik analisis jalur (path analysis) digunakan dalam menguji besarnya kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antara variabel X terhadap Y melalui Z. Sah tidaknya suatu hasil tergantung dari terpenuhinya atau tidak asumsi yang melandasinya. a. Menggunakan Analisis Regresi Linier Jalur 1, $Z = \beta_1 X \pm \epsilon_1$

Keterangan :

Z = Kepuasan Pelanggan

X 1 = Harga

X 2 = Kualitas Pelayanan

β_1 = Koefisien korelasi antara X dan Z

ϵ_1 = Error dalam hubungan antara variabel X dan Z

Jalur 2, $Y = \beta_1 X + \beta_2 Z \pm \epsilon_1$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

Z = Kepuasan Pelanggan

X1= Harga

X2 = Kualitas Pelayanan

β_1 = Koefisien korelasi antara X dan Y

β_Z = Koefisien korelasi antara Z dan Y

ϵ_2 = Error dalam hubungan antara variabel Y dan Z

a. Nilai dalam koefisien jalur (β) tersebut menunjukkan kuatnya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Bila koefisien jalur rendah, dan angka dibawah 0,05 maka jalur tersebut dianggap rendah sehingga dapat dihilangkan.

b. Menghitung pengaruh langsung Pengaruh langsung variabel bebas terhadap variabel terikat tanpa melalui variabel intervening (perantara/moderator), uji yang digunakan adalah uji t yaitu menguji pengaruh secara parsial antara variable satu bebas terhadap satu variable terikat.

c. Menghitung pengaruh tidak langsung Pengaruh tidak langsung variabel bebas terhadap variabel terikat melalui variabel intervening, yaitu diperoleh melalui perkalian nilai pengaruh langsung (koefisien beta standarisasi) pada masing-masing persamaan.