**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

**3.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitan ini dilakukan di Indomaret panjaitan 2 yang beralamat di Jln Letnan Panjaitan 2 kecamatan plaju ilir Palembang.

**3.2 Objek Penelitian**

 Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian di indomaret unit Panjaitan 2 plaju.

**3.3 Identifikasi Variabel Penelitian**

 Agar kekeliruan pengaruh persepsi konsumen terhadap variabel-variabel penelitian ini tidak terjadi, berikut akan diberikan penjelasan. Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah unutk menjelaskan pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian di Indomaret unit panjaitan 2 plaju. Variabel independen akan diberi symbol (X) yaitu Persepsi konsumen sedangkan variabel dependen akan diberi lambang (Y) yaitu Keputusan pembelian.

**Tabel 3.1**

**Operasional variabel**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel**  | **Definisi**  | **Indikator**  | **No. Item** |
| Variabel independenPersepsi konsumen(X) | Suatu proses pengenalan maupun pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu(Angel,2001:257) | * Lokasi
* Sifat dan kualitas keragaman
* Atribut dari toko
* Iklan dan promosi
* Personil penjualan
* Harga
* Pelayanan yang diberikan
 | 1234567 |
| Variabel dependenKeputusan pembelian(Y) |  Proses beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian (Kotler, 2009:188) | * Merek
* Penyalur
* Kualitas
* Waktu
* Model pembayaran
 | 89101112 |

**3.4 Pengukuran Variabel**

Kuesioner dinilai dengan menggunakan skala *Likert*, menurut Sugiyono (2006: 86), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut ditetapkan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen yang dapat berupa pertanyaan ataupun pernyataan. Jawaban setiap *item* instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai kepada sangat negatif. Guna keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut akan diberikan skor pada setiap pertanyaan dari nilai 1 sampai dengan 5. Pengukuran pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian menggunakan Skala Likert 5 dengan batasan kriteria sebagai berikut.

**Tabel 3.2**

**Skala Pengukuran Persepsi Konsumen**

**Terhadap Keputusan Pmbelian**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Jawaban | Skor |
| 1 | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2 | Setuju (S) | 4 |
| 3 | Ragu-Ragu (RR) | 3 |
| 4 | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Sumber sugiono

**3.5 Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data digunakan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut.

1. **Data Primer**

Yaitu merupakan data yang diperoleh secara langsung, memberikan data pada pengumpul data. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kueisoner kepada masyarakat sebagai responden (Sugiono, 2010:402)

1. **Data Skunder**

Yaitu merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau diperoleh dari pihak lain yang bersifat saling melengkapi dengan data primer, seperti dari dokumen dan berbagai literature serta catatan, maupun artikel. (Sugiono, 2010:402)

**3.6 Tehnik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data data serta keperluan yang dilakukan dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis menggunakan beberapa tehnik pengumpulan data :

1. **Riset Kepustakaan (*Library Research*)**

Mengumpulkan teori-teori manajemen pemasaran yang berhubungan dengan penelitian ini, dan nantinya akan digunakan sebagai dasar untuk menganalisa permasalahan yang ada.

**2.** **Riset Lapangan (*Field Research*)**

Pengumpulan data yang diperoleh dari responden baik dengan cara:

**a.** **Observasi**

Adalah pengamatan secara langsung terhadap responden dengan tidak terlibat secara langsung dengan kegiatan yang dilakukan oleh responden. Observasi ini ditujukan untuk merumuskan pernyataan-pernyataan yang akan dimasukkan ke dalam angket.

1. **Wawancara**

Teknik wawancara digunakan untuk mengumpulkan data dengan melakukan pertanyaan langsung kepada para responden dan pihak yang berkompeten dalam penelitian.

1. **Angket (*kuesioner*)**

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan/kuesioner dengan cara memberikan sejumlah lembar pernyataan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada konsumen di Indomaret yang dipilih sebagai responden, sehingga diperoleh data yang akurat tentang pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian di Indomaret unit panjaitan 2 plaju.

**3.7 Popolasi dan Sampel Penelitian**

**1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakterisitik tertentu yang ditetapkan ( Sugiono, 2010:115). Dalam penelitian ini, populasi penelitian mengacu pada seluruh orang yang melakukan transaksi pembelian di Indomaret unit panjaitan 2 plaju selama periode April 2012 terdapat 6.450 yang melakukan transaksi pembelian.

**2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2010:116) Rumus yang digunakan adalah menggunakan rumus Slovin (Umar, 2005:164) yaitu:



Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = taraf kesalahan (10%)

Berdasarkan rumus yang digunakan diatas dan dengan tingkat ketidak telitian (presisi) 10%, maka ukuran sampel yang diperoleh adalah:



 = 98,45

Melalui perhitungan rumus slovin maka diperoleh jumlah sebesar 98,45 maka angka tersebut dibulatkan sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 99 responden.

**3.8 Metode Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ditunjukan untuk memperoleh data yang lebih bermakna dalam menjawab masalah-masalah dalam penelitian yang telah dirumuskan. Dengan demikian untuk keperluan tersebut statiska dalam pengolahan penganalisisan. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

* + - * 1. **Statistik Deskriptif**

Teknik analisis Deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

* + - * 1. **Statistik Inferensial**

Teknik ini menggunakan analisis inferensial untuk menjelaskan hasil penelitian. Adapun analisis dalam metode ini akan dilakukan berupa:

1. **Uji Reliabilitas dan Uji Validitas**

Reliabilitas merupakan pengujian instrumen untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Uji Reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk memastikan instrumen tersebut merupakan alat yang akurat dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu alat ukur baru dapat dipercaya atau diandalkan apabila selalu didapatkan hasil yang konsisten dari gejala pengukuran yang tidak berubah yang dilakukan pada waktu yang berbeda-beda. Dalam melakukan uji reliabilitas dapat dipergunakan teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrument penelitian dikatakan reliabel apabila memiliki keofisien keandalan atau alpha sebesar 0,60 atau lebih (a > 0,60). Pada penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach yang diolah menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20. Adapun rumus Alpha adalah sebagai berikut: (Arikunto, 1998).

rn = 

Keterangan:

 rn  = Reliabilitas instrumen

 k = Banyaknya butir pertanyaan

 = Jumlah varian butir

 = Varians total

**Tabel 3.3**

**Tingkat reliabilitas berdasarkan nilai alpha**

|  |  |
| --- | --- |
| Alpha | Tingkat Reliabilitas |
| 0,00 – 0,20 | Kurang Reliabel |
| >0,20 – 0,40 | Agak Reliabel |
| >0,40 – 0,60 | Cukup Reliabel |
| >0,60 – 0,80 | Reliabel |
| >0,80 – 1,00 | Sangat Reliabel |

Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila nilai r hitung (*corrected item-total correlation)* lebih besar dari r tabel dan bernilai positif (Singgih Santoso, 2000:277). Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Sugiyono, 2006).

1. **Analisis Koefisien Kolerasi (r)**

Untuk menghitung r tabel dilakukan dengan menggunakan program SPSS *(statistic product and service solution)* persi 20 *for windows*. Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui keeratan hubungan antara pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian.

Besar koefisien korelasi :

0 – (+1) : korelasi positif (*direct correlation*)

0 – (–1) : korelasi negatif (*inverse correlation*)

r = 0 🡪 antara 2 variabel tidak ada hubungan

r = +1 🡪 antara 2 variabel berhubungan positif sempurna

r = -1 🡪 antara 2 variabel berhubungan negatif sempurna

r = 

Keterangan:

 r = Koefisien korelasi

 X = Skor butir soal

 Y = Skor total

 XY = Hasil skor X dengan Y untuk setiap responden

 X2 = Kuadrat skor butir soal

 Y2 = Kuadrat skor total

**Tabel 3.4**

**Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r**

|  |  |
| --- | --- |
| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|  0,00 – 0,199 | Sangat Rendah |
| >0,20 – 0,399 | Rendah |
| >0,40 – 0,599 | Cukup |
| >0,60 – 0,799 | Kuat |
| >0,80 – 1,000 | Sangat Kuat |

Sumber: *Sugiyono* (2010:250)

**Uji Statistik T**

Menurut Sugiyono (2006 : 16) uji t bertujuan untuk menguji koefisien regresi, termasuk *intercept* secara individu. Langkah – langkahnya :

1. Menentukan hipotesis
2. Menbandingkan probilitas t – statistik dengan alpha = 0,05
3. Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

Ho : b1 = 0, berarti tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap varabel dependen

Ha : b1 ≠ 0, berarti ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Karena dalam penelitian ini mengunakan program SPSS maka, Uji – t dilakukan dengan cara membandingkan antara probilitas t – statistic dengan α = 0,05 :

* Bila $ρ$ ≥ α = 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima
* Bila $ρ$ ≤ α = 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak

Ho ditolak berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan penerimaan Ha mempunyai arti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap varabel dependen.

* 1. **Analisis Regresi Linier Sederhana**

Uji ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian, maka penulis menggunakan persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

Y**=**a+bX

Selain itu hasil a dan b dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

a = 

 b = 

Sumber: *Sugiyono* (2010:270)

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

X = Persepsi konsumen

a = Konstanta yang merupakan nilai Y pada saat X = 0

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independent, bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

n = Jumlah data atau banyak data