

BAB 3

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausal-asosiatif dengan teknik kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:55) tujuan dari penelitian kasual-asosiatif adalah untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan mengembangkan teori ini yang dapat menjelaskan dan mengontrol fenomena yang diamati. Hubungan kasual-asosiatif merupakan hubungan sebab-akibat dimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Penelitian asosiatif kausal menggunakan teknik analisis kuantitatif. Menurut (Ratna Wijayanti Daniar Paramita & Noviansyah Rizal, 2018) dalam buku metode penelitian kuantitatif dijelaskan bahwa penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

Penelitian ini tentang pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di minimarket SK Mart Pasirian. Untuk menganalisis variabel independen (X) yang meliputi lokasi (X1), harga (X2), *service quality* (X3) terhadap variabel independen (Y) keputusan pembelian. Mada dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier beranda, dengan teknik tersebut dapat dilakukan uji hipotesis yang akan menyatakan ada pengaruh secara persialdan uji kelayakan model antara variabel independen (X) yaitu lokasi (X1), harga (X2), *service quality* (X3) terhadap variabel independen (Y) yaitu keputusan pembelian.

1.2 Objek Penelitian

Dikutip Sugiyono dalam (Permadi, 2023) objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi fokus atau subjek dalam penelitian yang dilakukan. Objek penelitian dapat berupa sifat, nilai, karakteristik, kegiatan, atau fenomena yang bervariasi dan ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari. Peneliti melakukan pengumpulan data, analisis, dan penarikan kesimpulan berdasarkan objek penelitian yang telah ditetapkan.

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Minimarket SK Mart Pasirian dengan variabel independen (X) yaitu lokasi (X1), harga (X2), *service quality* (X3) terhadap variabel independen (Y) keputusan pembelian. Ditujukan untuk para konsumen yang berbelanja di Minimarket SK Mart Pasirian khususnya bagi masyarakat Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang.

1.3 Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Untuk memperoleh data yang tepat dan akurat digunakan alat pengumpul data yang tepat agar memperoleh kesimpulan yang tidak menyesatkan (Yuliani, 2005). Jenis data dalam penelitiata ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya kemudian diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan menurut (Indriantoro, N., & Supomo, 2009). Data primer memiliki keunggulan karena relevan dan keakuratannya yang tinggi, karena langsung berasal dari sumber yang terkait Minimarket SK Mart Pasirian yang notabennya berdomisili di kecamatan pasirian dan sekitarnya.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah dari data internal dan data eksternal. Informasi data internal, mengacu pada informasi yang dihasilkan dan dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Informasi ini berisi informasi yang menggambarkan keadaan perusahaan secara umum dan individual. Data internal dapat berupa data keuangan, data penjualan, data produksi, data persediaan, data karyawan, data operasional dan data lainnya yang dibuat berdasarkan proses internal perusahaan.

Data internal ini didapat dari Minimarket SK Mart Pasirian yang merupakan sampel pada penelitian. Sedangkan informasi eksternal merupakan informasi yang diperoleh dari luar sampel penelitian atau dari pihak lain yang bukan tergolong internal minimarket sebagai objek penelitian. Data eksternal ini didapat dari konsumen atau pelanggan minimarket SK Mart Pasirian.

1.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:80) dalam (Mundir, 2015). Populasi dalam penelitian ini mencakup keseluruhan konsumen yang berbelanja di Mnimarket SK Mart Pasirian yang notabnya berdomisili di kecamatan pasirian dan sekitarnya, dengan total responden sebanyak 80 responden.

3.4.2 Sampel & Teknik Sampling

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut menurut (Pengaruh et al., 2015). Sedangkan menurut (Sugiyono, 2013) Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang akan diambil dalam penelitian. Oleh karenanya penting memilih sampel yang mencerminkan karakteristik dari populasi secara keseluruhan atau representatif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen dari Minimarkrt SK Mart Pasirian yang bertempat tinggal di kecamatan pasirian dan sekitarnya. Menurut (Sugiyono, 2013), Teknik pengambilan sampel mengacu pada metode pengambilan sampel yang digunakan dalam suatu penelitian. Ada dua jenis teknik pengambilan sampel yang umum digunakan, yaitu sampling probabilitas dan sampling non-probabilitas. Sampling probabilitas merupakan metode pengambilan sampel yang memberikan setiap elemen populasi kesempatan yang sama untuk dipilih. Sedangkan, sampling non-probability tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap elemen populasi.

Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling, dengan metode sampling insidental. Menurut V Wiratna Sujarweni, dalam (Hidayat, 2021), sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau insidental. Jadi peneliti memilih sampling insidental ini karena siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila dirasa orang tersebut cocok untuk dijadikan

sebagai sumber data karna merupakan konsumen dari Minimarket SK Mart Pasirian. Sedangkan cara pengambilan sampel ini menggunakan rumus Roscoe. Dalam teori Roscoe mengatakan bahwa penelitian melakukan analisis dengan multivariate (kolerasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

Menurut (Sugiyono, 2016) rumus Roscoe memiliki persyaratan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah antara 30 sampai dengan 500
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori misalnya : pria, wanita, pegawai negeri, pegawai swasta dan lain-lain. Maka dari itu jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Contohnya variabel penelitian ada 4 (3 variabel bebas dan variabel terikat ada 1), maka jumlah anggota sampel adalah $10 \times 4 = 40$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Rumus Roscoe : $R = n \times <10$

Keterangan :

n = variabel

<10 = dikalikan paling kecil 10

Dari penjelasan ini, maka sampel dalam penelitian ini menjurus kepada jumlah variabel yang akan digunakan. Terdapat 3 variabel independen yaitu Lokasi (X1), Harga (X2), dan *Service Quality* (X3) dan 1 variabel dependen

yakni Keputusan Pembelian (Y). Dari keterangan di atas maka perhitungannya sebagai berikut :

$$R = 4 \times 20 = 80$$

Hasil perhitungan sampel diperoleh sampel sebanyak 80 responden.

1.5 Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan konsep atau karakteristik yang ditentukan oleh peneliti dan difokuskan untuk penelitian. Variabel ini dapat berupa konsep, atribut atau karakteristik yang dapat diukur atau diamati dalam konteks penelitian. Dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas atau variabel independen (X) dan variabel terikat atau variabel dependent (Y).

a. Variabel bebas (independent variabel)

Menurut (Sarwono, 2016) variabel bebas merupakan variabel yang diukur atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan gejala yang akan diobservasi. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel independen ini dilambangkan (X) yang memiliki pengaruh positif ataupun negative terhadap variabel dependennya. Berikut adalah variabel yang terdapat dalam penelitian ini :

- 1) Lokasi
- 2) Harga
- 3) Service Quality

b. Variabel terkait (dependent variabel)

Variabel terikat atau variabel dependen Variabel dependen merupakan variabel yang diteliti atau diamati untuk melihat perubahan atau efek yang terjadi akibat adanya manipulasi pada variabel independen. Variabel terikat atau variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang dilambangkan (Y). Keputusan pembelian merupakan kegiatan setiap orang atau kelompok yang terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan Minimarket SK Mart Pasirian .

3.5.2 Devinisi Konseptual

Definisi konseptual adalah definisi yang menggambarkan atau menjelaskan suatu konsep dengan menggunakan konsep-konsep lain menurut (Umar Suryadi Bakry, 2016) Definisi ini disusun berdasarkan pemahaman dari peneliti terhadap konsep yang akan diteliti, serta merujuk pada teori-teori relevan yang telah ada. Oleh karena itu, definisi konseptual pada penelitian ini dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

a. Lokasi

Menurut Lupioyadi dalam (Aina, 2021) lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan sifatnya akan ditempatkan, dan lokasi merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Lokasi adalah letak pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba yang berarti berhubungan dengan dimana tempat usaha harus berdiri dan beroperasi. Lokasi dapat

diartikan sebagai tempat berdirinya usaha atau tempat berjalannya usaha yang letaknya harus setrategis agar menarik dan memudahkan konsumen untuk datang dan berbelanja kebutuhan dan keinginan mereka, dengan begitu dapat menjamin keberlangsungan usaha.

b. Harga

Harga menurut (Puri & Lisiantara, 2023) Harga merupakan kesepakatan mengenai transaksi antara pembeli dan penjual, sehingga harga dapat diartikan sebagai nilai dari suatu barang atau jasa yang ditetapkan oleh produsen yang disesuaikan dengan kualitas dan manfaatnya. Harga berupa nominal atau uang yang ada dalam suatu barang yang apa bila kita ingin memiliki barang tersebut kita harus menukarnya dengan nominal yang disebut harga yang sudah ditetapkan.

c. *Service Quality*

Menurut (R. Firmansyah, F., & Haryanto, 2017) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai totalitas yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen, baik dari segi produk ataupun jasa agar dapat memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan konsumen dalam mengambil keputusan. Kualitas pelayanan yang diberikan dimaksudkan untuk memberikan kemudahan bagi para konsumen saat berbelanja.

d. Keputusan Pembelian

Menurut (Adirama, 2012) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai sikap setiap individu untuk membeli suatu produk baik berupa barang atau jasa

yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan bersedia menanggung risiko yang mungkin ditimbulkannya.

3.5.3 Devinisi Oprasional

a. Lokasi (X1)

Lokasi dapat diartikan sebagai tempat berdirinya usaha atau tempat berjalannya usaha yang letaknya harus setrategis agar menarik dan memudahkan. Lokasi yang strategis ini akan memudahkan konsumen untuk datang dan mereka bisa menemukan barang yang mereka inginkan dan mereka butuhkan. Dalam mendirikan usaha pemilihan lokasi menjadi hal yang sangat penting dan harus dipertimbangkan dengan benar. Karena pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan usaha terutama dalam segi persaingan, yang penting dalam usaha menarik konsumen atau pelanggan.

Adapun indikator yang harus dipertimbangkan dalam dalam menentukan lokasi menurut (Kotler P, 2019 C.E.) meliputi faktor sebagai berikut:

- 1) Akses
- 2) Visibilitas
- 3) Tempat parkir yang luas dan aman
- 4) Ekspansi
- 5) Lingkungan

Berdasarkan indikator tentang lokasi maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala dalam pengukuran berikut ini:

- 1) Lokasi Minimarket SK Mart Pasirian berdekatan dengan pusat keramaian lainnya seperti perkantoran, sekolah, dan pusat perbelanjaan, sehingga sangat mudah diakses.
- 2) Minimarket SK Mart Pasirian memiliki tampilan luar yang menarik dan mudah dikenali dengan papan nama yang besar dan terang
- 3) Lokasi minimarket Sk Mart Pasirian menyediakan tempat parkir yang luas dan aman.
- 4) Minimarket SK Mart Pasirian berkomitmen untuk terus memperluas jangkauannya dengan membuka cabang-cabang baru di berbagai lokasi strategis.
- 5) Minimarket SK Mart Pasirian menyediakan produk-produk ramah lingkungan dan organik sebagai bagian dari upaya untuk mendukung konsumsi yang lebih berkelanjutan

b. Harga (X2)

Menurut (Puri & Lisiantara, 2023) Harga merupakan kesepakatan mengenai transaksi antara pembeli dan penjual, sehingga harga dapat diartikan sebagai nilai dari barang atau jasa yang ditetapkan oleh produsen yang disesuaikan dengan kualitas dan manfaatnya. Dalam mendirikan usaha penetapan harga menjadi hal yang sangat penting dan harus diperhatikan dan dipertimbangkan dengan matang. Karena penetapan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen

akan cenderung memilih harga lebih murah dibanding harga pasaran, namun dengan kualitas yang sama dengan pasaran, tetapi perusahaan juga perlu memperhatikan keuntungan yang akan didapat.

Adapun indikator yang harus diperhatikan dalam menentukan harga Menurut Kusdyah (2012) dalam (Permatasari, 2017) indikator yang digunakan untuk mengukur variabel harga, yaitu:

- 1) Harga terjangkau.
- 2) Sesuai layanan yang akan diterima.
- 3) Sesuai fasilitas yang akan diterima.
- 4) Lebih murah dari pesaing.

Berdasarkan indikator tentang Harga maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala dalam pengukuran berikut ini:

- 1) Harga barang-barang yang dijual di minimarket SK Mart Pasirian sesuai dengan harapan pelanggan, yaitu terjangkau dan murah.
- 2) Harga barang-barang yang ditawarkan di minimarket SK Mart Pasirian sesuai dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan.
- 3) Harga barang-barang yang ditawarkan di minimarket SK Mart Pasirian sesuai dengan fasilitas yang diterima konsumen atau pelanggan saat berbelanja.
- 4) Harga barang-barang yang dijual di minimarket SK Mart Pasirian lebih murah atau lebih rendah daripada pesaing.

c. *Service Quality (X3)*

Menurut (R. Firmansyah, F., & Haryanto, 2017) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai totalitas yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen, baik dari segi produk ataupun jasa agar dapat memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan yang diberikan dimaksudkan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen saat berbelanja. Setiap mengoperasikan bisnis konsumen harus diberikan pelayanan yang baik, karena kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dan juga pembelian ulang.

Adapun indikator kualitas pelayanan Menurut Fandy Tjiptono dalam (Aina, 2021) menurut persepsi pelanggan yang yaitu:

- 1) *Tangibles* (bukti fisik)
- 2) *Reliability* (keandalan)
- 3) *Responsiveness* (tanggap)
- 4) *Assurance* (jaminan)
- 5) *Empathy* (empati)

Berdasarkan indikator tentang *service quality* maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala dalam pengukuran berikut ini:

- 1) Minimarket SK Mart Pasirian menyediakan keranjang atau troli belanja yang cukup dan dalam kondisi baik.
- 2) Minimarket SK Mart Pasirian memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang dijual.

- 3) Minimarket SK Mart Pasirian memiliki sistem yang efektif untuk mengumpulkan dan menanggapi *feedback* konsumen.
- 4) Minimarket SK Mart Pasirian menangani klaim yang diajukan pelanggan terkait dengan kerusakan atau cacat pada produk yang dijual.
- 5) Minimarket SK Mart Pasirian menanggapi permintaan atau kebutuhan spesifik pelanggan yang mungkin memerlukan penanganan khusus.

d. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut (Adirama, 2012) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai sikap setiap individu untuk membeli suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan bersedia menanggung risiko yang mungkin ditimbulkannya. Keputusan ini merupakan keputusan yang terdiri dari dua pilihan yakni, membeli atau tidak membeli barang yang sudah dipilih oleh konsumen dengan mempertimbangkan keinginan dan kebutuhannya.

Adapun indikator keputusan pembelian menurut (Kotler, 2007) yaitu:

- 1) Pengenalan masalah
- 2) Pencarian informasi
- 3) *Evaluasi alternative*
- 4) Keputusan pembelian
- 5) Keputusan pasca pembelian

Berdasarkan indikator tentang keputusan pembelian maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala dalam pengukuran berikut ini:

- 1) Minimarket SK Mart Pasirian menyediakan promosi atau diskon yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

- 2) Minimarket SK Mart Pasirian memberikan informasi kepada konsumen sebelum berbelanja.
- 3) Konsumen akan membandingkan penawaran promosi atau diskon dari Minimarket SK Mart Pasirian dengan penawaran dari kompetitor.
- 4) Konsumen minimarket SK Mart Pasirian memutuskan membeli barang yang sudah dipertimbangkan sebelumnya.
- 5) Konsumen akan melakukan pembelian ulang di Minimarket SK Mart Pasirian apabila puas dengan pelayanan yang diberikan.

3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

3.6.1 Instrumen Penelitian

(Siyoto, S., & Sodik, 2015) menjabarkan Instrument penelitian adalah alat untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Fungsi utama dari instrument penelitian ini, untuk mengumpulkan informasi yang relevan dan akurat dengan variabel-variabel yang sedang diteliti. Instrument penelitian ini dibuat berdasarkan indeks variabel yang telah ditentukan sebelumnya. Indeks variabel merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan dan dirancang untuk mengukur konstruk atau variabel yang menjadi fokus penelitian. Indeks variabel ini kemudian dikembangkan menjadi skala yang sesuai dengan tujuan dari penelitian dan data yang ingin dikumpulkan. Berikut merupakan tabel instrumen penelitian :

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala	Sumber
1.	Lokasi (X1)	1. Akses 2. <i>Visibilitas</i> 3. Tempat parkir yang luas dan aman 4. Ekspansi 5. Lingkungan	1. Lokasi Minimarket SK Mart Pasirian berdekatan dengan pusat keramaian lainnya seperti perkantoran, sekolah, dan pusat perbelanjaan, sehingga sangat mudah diakses. 2. Minimarket SK Mart Pasirian memiliki tampilan luar yang menarik dan mudah dikenali dengan papan nama yang besar dan terang. 3. Lokasi Minimarket Sk Mart Pasirian menyediakan tempat parkir yang luas dan aman. 4. Minimarket SK Mart Pasirian berkomitmen untuk terus memperluas jangkauannya dengan membuka cabang-cabang baru di berbagai lokasi strategis. 5. Minimarket SK Mart Pasirian menyediakan produk-produk ramah lingkungan dan organik sebagai bagian dari upaya untuk mendukung konsumsi yang lebih	Ordinal	Kotler P, (2019)

berkelanjutan					
2.	Harga (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau 2. Sesuai layanan yang akan diterima. 3. Sesuai fasilitas yang akan diterima. 4. Lebih murah dari pesaing 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga barang-barang yang dijual di minimarket SK Mart Pasirian sesuai dengan harapan pelanggan, yaitu terjangkau dan murah. 2. Harga barang-barang yang ditawarkan di minimarket SK Mart Pasirian sesuai dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan. 3. Harga barang-barang yang ditawarkan di minimarket SK Mart Pasirian sesuai dengan fasilitas yang diterima konsumen atau pelanggan saat berbelanja. 4. Harga barang-barang yang dijual di minimarket SK Mart Pasirian lebih murah atau lebih rendah daripada pesaing. 	Ordinal	Kusdyah (2012)
3.	Service Quality (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibles</i> (bukti fisik) 2. <i>Reliability</i> (keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (tanggap) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Empathy</i> (empati) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minimarket SK Mart Pasirian menyediakan keranjang atau troli belanja yang cukup dan dalam kondisi baik. 2. Minimarket SK Mart Pasirian memberikan informasi yang jelas 	Ordinal	Fandy Tjiptono (2012)

			dan akurat tentang produk yang dijual.		
			3. Minimarket SK Mart Pasirian memiliki sistem yang efektif untuk mengumpulkan dan menanggapi <i>feedback</i> konsumen.		
			4. Minimarket SK Mart Pasirian menangani klaim yang diajukan pelanggan terkait dengan kerusakan atau cacat pada produk yang dijual.		
			5. Minimarket SK Mart Pasirian menanggapi permintaan atau kebutuhan spesifik pelanggan yang mungkin memerlukan penanganan khusus.		
4.	Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuai kebutuhan Pelanggan 2. Mempunyai manfaat Produk 3. Ketepatan dalam membeli produk 4. Pembelian berulang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minimarket SK Mart Pasirian menyediakan promosi atau diskon yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. 2. Minimarket SK Mart Pasirian memberikan informasi kepada konsumen sebelum berbelanja. 3. Konsumen akan membandingkan penawaran promosi atau diskon dari Minimarket SK Mart Pasirian dengan penawaran 	Ordinal	Thomson (2013)

-
- dari kompetitor.
4. Konsumen
Minimarket SK
Mart Pasirian
memutuskan
membeli barang
yang sudah
dipertimbangkan
sebelumnya.
 5. Konsumen akan
melakukan
pembelian ulang di
Minimarket SK
Mart Pasirian
apabila puas dengan
pelayanan yang
diberikan.
-

Sumber : Data diolah peneliti tahun 2024

Menurut (Sugiyono., 2013) Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai pedoman, untuk menentukan jarak atau perbedaan antara nilai-nilai yang terdapat dalam alat pengukur. Hal ini memungkinkan pengukuran yang dilakukan menghasilkan data dalam bentuk kuantitatif.

Penelitian ini, menggunakan skala pengukuran ordinal. Skala ordinal ialah skala yang memiliki urutan atau tingkatan, tetapi jarak antara nilai- nilai atau kategori terdekat tidak harus memiliki rentang yang sama. Dengan menggunakan skala ordinal, peneliti dapat mengklasifikasikan data ke dalam tingkatan yang berbeda tanpa mengukur perbedaan yang tepat antara nilai-nilai tersebut.

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Menurut (Sugiyono., 2013) Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan penggunaan pertanyaan-pertanyaan tertulis, yang berhubungan dengan penelitian kemudian diajukan kepada responden. Untuk menyebarkan kuesioner sebagai bahan penelitian, diberikan kepada konsumen Minimarket SK Mart Pasirian, untuk memperoleh data yang akurat dari para responden tentang Lokasi, Harga dan Service Quality terhadap Keputusan Pembelian. Responden diminta untuk memberikan jawaban tertulis terhadap serangkaian pertanyaan yang telah disusun sebelumnya oleh peneliti. Penggunaan kuesioner ini sebagai alat untuk mengumpulkan informasi secara sistematis dan terstruktur dari responden. Dengan menggunakan kuesioner, peneliti dapat mengumpulkan data yang konsisten dan dapat diukur secara benar sesuai dengan faktanya. Dalam pengukuran data menggunakan kuesioner, peneliti menggunakan metode pemberian skor pada setiap jawaban yang terdapat dalam kuesioner. Dalam penelitian ini pengukuran data dilakukan dengan menggunakan skala likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap atau persepsi responden tentang suatu peristiwa atau fenomena sosial (Sujarweni, n.d.). Penelitian ini menggunakan sejumlah statemen skala 1-5 yang menunjukkan setuju atau tidak setuju terhadap statemen tersebut. Berikut format skala likert :

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Keterangan	Nilai
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)

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data terdiri dari pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mengumpulkan data dalam tabel atau matriks berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan statistik untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian dan menguji hipotesis yang diajukan. Studi penelitian menggunakan metode analisis data kuantitatif. Metode ini menggunakan pendekatan statistik dalam pengolahan dan analisis data numerik untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dari fenomena yang diteliti (Wekke Suardi, 2019).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data berupa regresi linier berganda. Pada penelitian kuantitatif, data yang dikumpulkan dari responden digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang disajikan dalam proposal penelitian (Sugiyono., 2013). Sebelum analisis dan uji dampak, kuesioner harus melalui uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu untuk memastikan akurasi serta reliabilitas data. Analisis dan uji pengaruh kemudian dilakukan mengikuti asumsi dasar regresi

linier bergand dari asumsi normalitas data dan tidak adanya multikolinieritas atau heteroskedastisitas. Langkah-langkah yang terlibat meliputi:

- 1) Penentuan populasi
- 2) Penentuan sampel
- 3) Penyebaran kuesioner
- 4) Rekapitulasi kuesioner
- 5) Uji instrumen (validitas, reliabilitas)
- 6) Uji asumsi klasik (normalitas data, multikolinieritas, heteroskedastisitas)
- 7) Kriteria
- 8) Kesimpulan

3.8.1 Pengujian Instrumen

Instrumen atau alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian agar bisa diterima atau standar, ialah alat ukur yang harus melalui uji validitas dan uji reabilitas terlebih dahulu. Sebelum menguji hipotesis, penting untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dari para responden. Syarat dasarnya adalah kuesioner harus memberikan informasi yang valid dan reliabel sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan pada langkah selanjutnya. Validitas mengacu pada sejauh mana kuesioner mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan reliabilitas mengacu pada hasil yaitu sejauh mana kuesioner menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil.

a. Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan tingkat ketepatan ukuran dan ketepatan suatu instrument, terhadap konsep yang diteliti. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2012). Pengujian validitas digunakan untuk menentukan sejauh mana kuesioner atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid atau sah. Validitas mengacu pada kemampuan pertanyaan dalam kuesioner untuk mengukur dengan tepat apa yang seharusnya diukur.

Analisis faktor bisa dilakukan dengan cara mengkorelasi antara skor faktor dan skor total. Jika korelasi setiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas, maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini apabila korelasi antara skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut bisa dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Aina, 2021) Uji reliabilitas merupakan suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran ini dapat dipercaya atau reliable hanya apabila diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum rendah. Penelitian ini reliabilitas instrumen diuji dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach. Indeks kriteria reliabilitas dipisahkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.3 Indeks Kriteria Reabilitas

No	Interval Alpha Combrach	Tingkat Reliabilitas
1.	0,000 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,40,	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabl
4.	0,601 – 0,80	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber :(Nugroho, 2013)

3.8.2 Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi berganda dan kolerasi berganda harus mengetahui. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, hasil analisis dapat berbeda dari kenyataan. Berikut asumsi-asumsi regresi linier berganda menurut Risdiana (2019:100), asumsi dasar regresi linier berganda adalah:

- 1) Model regresinya adalah Linier dalam parameter.
- 2) Nilai rata-rata dari error adalah nol.
- 3) Variasi dari error adalah konstan (homoskedastik).
- 4) Tidak terjadi autokorelasi pada error.
- 5) Tidak terjadi multikolinieritas pada variabel bebas.
- 6) Error berdistribusi normal.

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2012). Data yang baik dan layak dalam penelitian yaitu memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan pada nilai residunya, bukan pada masing-masing variabel. Dalam

penelitian ini, metode yang digunakan yakni metode grafik, di mana data dianalisis dengan memperhatikan pola penyebarannya pada diagonal grafik uji Kolmogorov-Smirnov. Kriteria uji Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut :

- 1) Apabila protabilitas (P-value) $> 0,05$ maka data dikatakan berdistribusi normal.
- 2) Apabila protabilitas (P-value) $< 0,05$ maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011) menyatakan bahwa uji multikolinieritas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas (independen). Multikolinieritas mengartikan bahwa, terdapat hubungan yang kuat antara sebagian atau seluruh variabel bebas dalam model regresi. Adanya multikolinieritas koefisien regresi yang tidak pasti, tingkat kesalahan yang sangat besar dan biasanya ditandai dengan koefisien determinasi yang sangat besar. Namun, uji pearson tidak memberikan atau memberikan sedikit koefisien regresi yang signifikan. Dalam menguji multikolinieritas, kita dapat menggunakan beberapa indikator, seperti Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Jika nilai VIF < 10 dan tolerance $> 0,1$, maka dapat disimpulkan bahwa data bebas tidak mengalami masalah multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang (Sujarweni, n.d.). Untuk mengidentifikasi adanya heteroskedastisitas, digunakan uji statistik yang sesuai.

Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen dan nilai residualnya. Uji statistik yang dipilih ialah uji Glejser, yang dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas melalui uji Glejser adalah apabila:

- 1) $Sign \geq 0,05$ Bebas Heteroskedastisitas
- 2) $Sign < 0,05$ Tidak Bebas Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini digunakan alat statistik Uji Glejser untuk menentukan apakah model regresi terbebas dari heteroskedastisitas atau tidak. Uji Glejser ini menggunakan perangkat lunak SPSS. (Lupiardi 2015 :139)

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan metode regresi linier yang digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila variabel independen dimanipulasi/ dirubah-rubah atau dinaik-turunkan (Sugiyono, 2010). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Model regresi linier yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut mengacu pada Mulyono (2018:112):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen

α = Nilai Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Variabel Independen

β_2 = Koefisien Regresi Variabel Independen

β_3 = Koefisien Regresi Variabel Independen

X_1 = Variabel independen

X_2 = Variabel Independen

X_3 = Variabel Independen

e = error

persamaan analisis regresi Linier berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$KP = \alpha + \beta_1L + \beta_2H + \beta_3SQ + e$$

Keterangan :

KP = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Lokasi

β_2 = Koefisien Regresi Harga

β_3 = Koefisien Regresi Service Quality

L = Lokasi

H = Harga

SQ = Service Quality

e = error

3.8.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini, digunakan, untuk menarik kesimpulan tentang hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh yang signifikan, antara variabel independen (lokasi, harga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel

(keputusan pembelian) secara parsial. Pada penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji-t.

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji-t juga menunjukkan seberapa jauh pengaruh dari variabel independen secara parsial dalam menjelaskan variabel dependen. Menurut Daris dan Yusuf (2018:134), uji parsial ini memberikan informasi sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Langkah-langkah yang digunakan dalam uji-t yang dijelaskan oleh Mulyono (2018:113) antara lain:

1) Merumuskan Hipotesis

a. Hipotesis Pertama

H₀ : Tidak terdapat pengaruh lokasi yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Minimarket Sk Mart Pasirian.

H₁ : Terdapat pengaruh lokasi yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Minimarket Sk Mart Pasirian.

b. Hipotesis Kedua

H₀ : Tidak terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Minimarket Sk Mart Pasirian.

c. Hipotesis Ketiga

H0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Minimarket Sk Mart Pasirian.

H1 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Minimarket Sk Mart Pasirian.

2) Menentukan *level of signifikan* yang digunakan adalah 5% (0,05)

a) Apabila nilai signifikan terbentuk dibawah 5% maka terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel independen dengan variabel dependen.

b) Apabila nilai signifikan terbentuk diatas 5% maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Kriteria pengujian

a) Jika $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel} \rightarrow H_a$ diterima H_0 ditolak.

b) Jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel} \rightarrow H_a$ ditolak H_0 diterima.

4) Menentukan thitung

Nilai thitung bisa dihitung dengan rumus $df = N - 2$

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t-hitung dengan t-tabel.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi, digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisis regresi. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara (0) sampai dengan (1). Bila koefisien determinasi nol, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai R^2 yang mendekati satu mengindikasikan bahwa, variabel independen memberikan sebagian besar informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dalam variabel dependen, sesuai dengan penjelasan Ghozali (2016:97). Melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R-square*. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel X yang biasanya dinyatakan dalam bentuk presentase.