

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang dilaksanakan guna memecahkan pertanyaan secara memakai rancangan yang tersusun, berdasarkan sistematika penelitian ilmiah. Rancangan penelitian kuantitatif sudah ada diantaranya peristiwa penelitian, masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, studi kepustakaan, review penelitian terdahulu, instrumen penelitian, populasi serta sampel, sumber juga jenis data, juga teknik analisis yang dipilih. Seluruhnya dijelaskan secara rinci serta tersusun berdasarkan ketentuan (Paramita, 2020).

3.2 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini yaitu *variable independent* yang terbagi atas optimasi persediaan (X_1), Lokasi (X_2) dan Pelayanan (X_3) terhadap *variable dependent* ialah Keputusan pembelian (Y) pada Toko Bahan Bangunan Gunung Raya Lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Data yang dipilih pada penelitian ini berupa data primer yaitu: Menurut Paramita (2021) data primer ialah data yang diperoleh secara survei lapangan yang memanfaatkan seluruh metode pengumpulan data original. Tujuan dari pengumpulan informasi dasar yaitu supaya mencukupi keperluan penelitian sekarang ini. Data dari penelitian ini yaitu perolehan survey dari responden ialah konsumen dari Toko Bahan Bangunan Gunung Raya Lumajang.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang dipilih pada penelitian ini yaitu data eksternal. Data eksternal berasal dari data sekunder yang mencakup berdasarkan berbagai sumber di luar perusahaan. Sumber – sumber ini termasuk penggunaan media sosial, strategi penjual, interaksi dengan pelanggan, dan fitur dan desain produk yang dikumpulkan dari survei dan laporan pasar. Serta sumber data dalam penelitian ini bersumber pada pengumpulan kuosioner Toko Bahan Bangunan Gunung Raya Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Pendapat Sugiyono (2019:126) menerangkan jika populasi merupakan sebuah area generalisasi yang terbagi atas objek maupun subjek dengan kuantitas serta atribut khusus yang telah ditetapkan dari peneliti agar dipahami, lalu ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini ialah konsumen Toko Bahan Bangunan Gunung Raya Lumajang.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel pendapat Sugiyono (2019:127) yaitu komponen diantara total serta sifat yang dipunyai dari populasi itu. Jika populasi besar, penelitian mustahil mempelajari setiap yang terdapat pada populasi, contohnya sebab keterbatasan anggaran, tenaga serta waktu, menjadikan peneliti dapat memanfaatkan sampel yang dipilih berdasarkan populasi ini. Strategi dalam mengambil sampel menggunakan Accidental Sampling. Accidental Sampling yaitu Teknik pengambilan sampel dari ketidak sengajaan, yakni siapa pun yang dengan tidak

sengaja berjumpa bersama peneliti bisa dimanfaatkan menjadi sampel. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini ialah konsumen Toko Bahan Bangunan Gunung Raya Lumajang.

Metode yang dipakai dalam menetapkan total sampel yaitu metode yang digagas Roscoe pada buku *Research Methods for Bussines* (1992) seperti halnya dilansir (Sugiyono, 2019:128) mencakup :

- a. Ukuran sampel yang tepat bagi penelitian ini setidaknya 30 hingga 500 responden.
- b. Bila penelitian memakai analisis multivariate (contohnya korelasi maupun regresi berganda), total anggota sampel setidaknya 10 kali total variabel yang diteliti. Misal variabel penelitian terbagi atas 4 (variabel independen + variabel dependen), menjadikan total anggota sampel = $4 \times 10 = 40$.
- c. Pada penelitian eksperimen sederhana memakai kelompok uji serta kelompok kontrol, total anggota sampel tiap-tiapnya 10-30 individu.

Penelitian ini terbagi atas 3 variabel bebas serta 1 variabel terikat, menjadikan total variable yang terikat adalah 4. Jumlah anggota sampel yang dipilih yaitu 4 variabel dikalikan 15 responden, setara dengan 60 sampel.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Oprasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian secara umum merupakan obyek penelitian maupun setiap hal yang berupa apapun yang ditentukan dari peneliti agar dipahami maka didapat informasi terkait aspek demikian serta diambil suatu kesimpulan (Paramita, 2021:37). Terdapat sejumlah variabel ialah:

a. Variabel Independen

pendapat Paramita (2021:37) Variabel Independen ialah persoalan yang ingin dipecahkan terhadap peneliti maupun termasuk tujuan dalam penelitian. Suatu penelitian bisa terbagi atas 1 maupun banyak variabel Independen berdasarkan tujuan penelitian. Topik-topik penelitian biasanya memfokuskan atas peletakan variabel menjadi variabel Independen, karena variabel Independen merupakan peristiwa yang ingin diterangkan. Yang sebagai variabel Independen (Y) pada penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian.

3.5.2 Definisi Konseptual

a. Optimasi Persediaan

Menurut Robin (2020) Persediaan dibutuhkan untuk bisa melangsungkan proses penjualan dengan lancar, persediaan dari total yang cukup besar bisa meminimalkan resiko kekurangan maupun kehabisan persediaan, kelebihan persediaan pun akan berdampak terhadap bertambahnya biaya yang mesti dikeluarkan dari perusahaan. Dengan demikian perusahaan mesti menentukan sebuah total optimal dari persediaan supaya bisa memahami total biaya paling rendah yang mesti dikeluarkan.

b. Lokasi

Menurut Imanulah et al (2022) menyatakan bahwa tempat dimana sebuah usaha dilaksanakan. Faktor penting pada pengembangan sebuah usaha letak Lokasi terhadap daerah perkotaan. Langkah pencapaian serta waktu tempat Lokasi ketujuan faktor Lokasi yang baik yaitu relative bagi seluruh tempat usaha yang berbeda.

c. Pelayanan

Menurut Exreana Karundeng et al (2021) Pelayanan yaitu proses interaksi antara seseorang yang berupaya memenuhi kebutuhan dengan seseorang yang ingin terpenuhi kebutuhannya. Ialah dari konsumen, tamu, klien, nasabah, pasien serta kalangan petugas, karyawan, pegawai.

d. Keputusan Pembelian

menurut Barus et al (2021) Keputusan pembelian yaitu suatu proses keputusan yang diambil konsumen untuk menilai sebuah produk yang ingin dibelinya. Sebelum membentuk Keputusan pembelian calon konsumen bisa mengidentifikasi pada awalnya produk yang akan dibeli berdasarkan keperluan menjelang memutuskan dalam membeli produk itu.

3.5.3 Definisi Oprasional

a. Optimasi Persediaan

Optimasi persediaan memiliki Indikator antara lain :

1. Tingkat persediaan menunjukkan jumlah barang pada waktu tertentu.
2. Waktu tunggu barang yang dibutuhkan sejak pemesanan dilakukan hingga barang diterima.

Menurut indikator tersebut, jadi akan dibentuk kuosioner menggunakan jawaban pada skala likert diantaranya :

1. Persediaan barang ditoko Gunung Raya Lumajang selalu tersedia sesuai kebutuhan konsumen.
2. Barang pesanan selalu datang sesuai permintaan konsumen.

a. Lokasi

lokasi yang strategis serta gampang dijangkau oleh kalangan konsumen menjadikan secara terdapatnya lokasi yang strategis ini diharapkan pemilik usaha bisa meningkatkan minat beli konsumen (Cynthia et al., 2022).

Indikator Lokasi yaitu :

- a. Lokasi yang sering dilewati maupun mudah dijangkau dari kendaraan.
- b. Tempat yang dapat dilihat dari jarak pandang normal.
- c. Lalulalang dapat memberikan peluang besar untuk pembelian, karena Keputusan pembelian sering terjadi secara spontan dan tanpa perencanaan.
- d. Persaingan (Lokasi Pesaing). Contohnya, Ketika anda mencari Lokasi toko bangunan, anda harus mempertimbangkan apakah toko bangunan lain berada di area yang sama.

Menurut indikator tersebut, jadi akan dibentuk kuosioner menggunakan jawaban skala likert diantaranya:

1. Saya merasa lokasi toko mudah dijangkau oleh kendaraan.
2. Pembeli toko bahan bangunan gunung raya dapat mengakses lokasi dengan mudah di google maps.
3. Pembeli merasa nyaman dengan tempat parkir di toko bahan bangunan Gunung Raya Lumajang.

c. Pelayanan

pelayanan yaitu suatu fokus yang diberikan penjual untuk mencukupi spesifikasi serta ekspektasi konsumen Kualitas Pelayanan yaitu pengukuran terkait

sebaik apa tingkat layanan yang mampu diberikan berdasarkan ekspektasi pelanggan(Khaira et al., 2022).

Indikator pelayanan yaitu :

1. *Realiability*
2. *Responsiveness*
3. *Assurance*

Menurut indikator tersebut, jadi akan dibentuk kuosioner menggunakan jawaban skala likert diantaranya:

1. karyawan toko Gunung Raya merespon konsumen dengan baik.
2. Saya merasa pelayanan di toko bahan bangunan Gunung Raya memberikan informasi barang yang jelas dan mudah dimengerti.
3. Keramahan karyawan toko bahan bangunan Gunung Raya mampu menjamin kepercayaan pembeli.

d. Keputusan Pembelian

keputusan pembelian yaitu proses pada konsumen dalam melancarkan untuk mengidentifikasi masalah, kemudian menemukan informasi untuk produk khusus serta menilai sebaik apa tiap-tiap pilihan yang bisa menyelesaikan masalah, maka menghasilkan dampak pada keputusan pembelian(Septyadi et al., 2022).

Indikator Keputusan Pembelian :

1. Pembelian produk, merupakan proses pembelian yang dilakukan konsumen dalam membeli barang atau jasa yang diinginkan.
2. Pembelian merek, adalah proses pembelian yang dilakukan konsumen yang hanya mempertimbangkan merek dari produknya saja.

3. Pemilihan saluran pembelian, adalah setiap barang yang ingin dibeli konsumen harus di pilih terlebih dahulu dalam saluran pembelian.
4. Penentuan waktu pembelian, merupakan setiap konsumen ingin membeli produk atau barang yang diinginkan konsumen harus terlebih dahulu menentukan kapan waktu pembelian yang sudah dijadwalkan konsumen.
5. Jumlah, merupakan berapa banyak produk yang diinginkan atau dibeli konsumen.

Menurut indikator tersebut, jadi akan dibentuk kuosioner menggunakan jawaban skala likert diantaranya:

1. Saya akan membeli persediaan bahan bangunan di toko Gunung raya sesuai dengan kebutuhan.
2. Saya terlebih dahulu mencari informasi barang bahan bangunan di toko Gunung Raya sebelum membeli.
3. Saya mengevaluasi beberapa barang di toko Gunung Raya dengan mempertimbangkan kelebihan dan kekurangannya.
4. Saya melakukan pembelian di toko Gunung Raya ketika sudah menemukan barang yang sesuai dengan keinginan.
5. Saya merasa puas dengan barang yang ada ditoko Gunung Raya dan saya akan merekomendasikan kepada orang lain.

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:293) instrumen pada penelitian ini dibentuk menurut indikator-indikator variabel yang sudah dibentuk menurut skala yang sama. Instrumen penelitian serta skala pengukuran dipaparkan pada tabel diantaranya :

3.1 Instrumen Penelitian

Variable	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
Optimasi Persediaan (X₁)	Tingkat	persediaan barang di	ordinal	Heizer dan Render (2016)
	Persediaan	toko gunung raya selalu tersedia sesuai kebutuhan konsumen.		
	Lead Time (Waktu Tunggu)	Barang pesanan selalu datang sesuai permintaan konsumen.		
Lokasi (X₂)	Lokasi	Saya merasa lokasi toko mudah dijangkau oleh kendaraan.	Ordinal	(Cynthia et al., 2022)
	Lalulalang	Pembeli toko bahan bangunan gunung raya dapat mengakses lokasi dengan mudah di google maps.		
	Persaingan	Pembeli merasa nyaman dengan tempat parkir di toko bangunan Gunung Raya Lumajang.		
Pelayanan (X₃)	Realiability	Karyawan toko Gunung Raya merespon konsumen dengan baik.	Ordinal	(Khaira et al., 2022)

Variable	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
	Responsiveness	Saya merasa pelayanan di toko bahan bangunan Gunung Raya memberikan informasi barang yang jelas dan mudah dimengerti.		
	Assurance	Keramahan karyawan toko bahan bangunan Gunung Raya mampu menjamin kepercayaan pembeli.		
Keputusan Pembelian (Y)	Pembelian Produk	Saya akan membeli persediaan bahan bangunan di toko Gunung Raya sesuai dengan kebutuhan.	Ordinal	(Abdul Kohar Septyadi et al., 2022)
	Pembelian Merk	Saya terlebih dahulu mencari informasi barang bahan bangunan di toko Gunung Raya sebelum membeli.		
	Pemilihan Saluran Pembelian	Saya mengevaluasi beberapa barang di toko Gunung Raya dengan mempertimbangkan kelebihan dan kekurangannya.		

Variable	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
	Penentuan Waktu Pembelian	Saya melakukan pembelian ditoko Gunung Raya ketika sudah menemukan barang yang sesuai dengan keinginan.		
	Jumlah	Saya merasa puas dengan barang yang ada di Gunung Raya dan saya akan merekomendasikan kepada orang lain.		

Sumber : Penelitian Terdahulu

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data secara kuesioner angket :

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang meminta serangkaian pertanyaan maupun pernyataan tertulis agar dijawab oleh peserta. Jika memahami secara rinci variabel yang ingin diukur serta hal yang diinginkan dari peserta, maka angket termasuk teknik pengumpulan data yang tepat (Sugiyono, 2021:199).

Pengumpulan data dari kuosioner pada penelitian ini dibagikan untuk responden ialah pembeli di Toko Bahan Bangunan Gunung Raya. Penyebaran kuosioner dilakukan untuk menghasilkan data yang relevan terkait variable kualitas produk, digital marketing, serta diskon produk terhadap keputusan pembelian. Skala likert ialah skala yang dipakai dalam mengukur perilaku, pandangan serta perspektif suatu individu maupun sejumlah individu terkait peristiwa sosial(Sugiyono, 2019)

Tabel.3
3.2 Skala Likert

No.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
2.	Setuju/sering/positif	4
3.	Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
4.	Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative	2
5.	Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

Sumber : (Sugiyono, 2021).

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Analisis data merupakan data yang terjadi sesudah semua responden maupun sumber data lain dikumpulkan. Tujuan analisis data yaitu untuk mengklasifikasikan menurut variable berdasarkan setiap responden, menampilkan data untuk setiap variable yang diteliti, melaksanakan perhitungan dalam menemukan Solusi persoalan serta menguji hipotesis yang sudah dirumuskan (Sugiyono, 2021).

3.8.1 Uji Instrumen

Instrument dipakai dalam menguji media ukur yang dipilih mungkinkah valid serta reliabel. Sebab instrumen yang valid serta reliabel digunakan pada pengumpulan data, diinginkan temuan penelitian nantinya valid serta reliabel. Dengan demikian, angket harus diuji untuk menentukan validitas dan kredibilitasnya dalam penelitian ini.

a. Uji Validitas

Menurut Paramita (2021:73) uji validitas maupun kesalahan dilaksanakan supaya memahami hingga seberapa jauh sebuah angket yang dibentuk bisa menggali data maupun informasi yang dibutuhkan. Uji Validitas memberikan taraf

keakuratan dari data yang sebenarnya belangsung dari objek terhadap data yang diperoleh peneliti. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ menjadikan pernyataan itu valid. Serta apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ menjadikan pernyataan itu tidak valid. Uji validitas dikatakan valid bila berada diatas angka 0,03.

b. Uji Realibilitas

Menurut Paramita (2021:73) Uji Reliabilitas maupun keandalan dilaksanakan supaya memahami hingga seberapa jauh angket yang dibentuk bisa menghasilkan temuan yang sama, bila dilangsungkan pengukuran ulang dari subyek yang serupa di waktu yang berbeda. Nurmanah et al. (2021) menjelaskan jika uji reabilitas bisa dilaksanakan secara meninjau koefisien Alpha Cronbach. Indeks kriteria reabilitas dipaparkan pada table di bawah :

Tabel.4

3.3 Tabel Indeks Kriteria Realibilitas

4. No	<i>Interval Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601 – 0,80	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : (Nugroho, 2021).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:107) uji normalitas dilaksanakan dalam menguji mungkinkah pada model regresi variable residual mempunyai distribusi normal.

Factor adanya kasus normalitas biasanya disebabkan:

1. Adanya data residual oleh model regresi secara skor yang jauh diantara kelompok data menjadikan penyebaran data akan tidak normal
 2. Adanya keadaan alam oleh data yang secara umum tidak berdistribusi normal.
- Ada 2 langkah untuk mengenali mungkinkah residual berdistribusi normal ataupun tidak yaitu menggunakan analisis grafik serta uji statistik. Dengan Kolmogorov-Smirnov Test, Residual berdistribusi normal bila mempunyai skor signifikan $> 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas menentukan mungkinkah ada korelasi yang erat dari beberapa atau semua variabel bebas pada model regresi yang diterapkan pada penelitian. Model regresi yang efektif menunjukkan bahwa tidak ada hubungan dari variabel bebas. Multikolinearitas menyebabkan koefisien regresi yang tidak jelas, derajat kesalahan yang begitu tinggi, serta umumnya dicirikan secara skor koefisien determinasi yang begitu tinggi (Ghozali, 2018:107).

Kriteria Uji Multikolinearitas ada 3 yaitu :

1. Variance Inflation Factor ($VIF < 5$ = tidak ada multikolinearitas yang signifikan) ($VIF 5-10$ = ada indikasi multikolinearitas) ($VIF > 5$ = multikolinearitas tinggi).
2. Tolerance (Tolerance > 0.1 = aman dari multikolinearitas) (Tolerance < 0.1 = indikasi kuat adanya multikolinearitas).
3. Kolerasi antar variable independent (Korelasi $r > 0.8$ antar variable mengindikasikan multikolinearitas tinggi).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bermaksud menguji mungkinkah pada model regresi adanya ketidaksamaan variance, residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Terdapat sejumlah upaya guna melangsungkan uji heteroskedastisitas ialah uji grafik plot, uji park, uji gletser, uji white. Diplot dalam grafik penelitian ini adalah prediksi nilai variable dependen, ZPRED dan SRESID. Kriteria prediksi nilai variabel dependen (titik menyebar secara acak dan merata disekitar garis horizontal dan tidak ada pola khusus). (Ghozali, 2018:137).

3.8.3 Analisis Linier Berganda

Regresi Linier Berganda dipilih peneliti guna memperkirakan kondisi (naik turunnya) variabel bebas dalam situasi di mana tiga variabel terikat. berfungsi menjadi faktor prediktor (naik turunnya skor). Pada penelitian ini, analisis regresi linier berganda dipakai dalam menunjukkan seberapa besar optimasi persediaan, Lokasi serta pelayanan terhadap Keputusan pembelian. Secara umum persamaan regresi linier berganda yaitu :

$$KP = a + \beta_1 OP + \beta_2 L + \beta_3 P + e$$

Ket:

KP = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi Variabel Independen

OP = Optimasi Persediaan

L = Lokasi

P = Pelayanan

E = error

Bila koefisien β mempunyai skor positif (+), ini menunjukkan hubungan langsung dari variable independent serta dependen maupun perkembangan besarnya variable independent dapat mengawali kenaikan maupun besarnya variable terikat. Sebaliknya hubungan dari variable independent dan dependen bertolak belakang bila β negative (-). Disimpulkan sebaliknya, saat skor variable independent meningkat, skor variable terikat turun serta sebaliknya.

3.8.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis datang kedepannya sesudah sejumlah analisis regresi linier. Dalam memvalidasi seberapa jauh variable independent (X_1, X_2, X_3) mempengaruhi variable dependen (Y) sebagian, pengujian hipotesis dipakai.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t menurut Hermawan (2020) bisa dikatakan uji parsial, bermaksud menguji signifikan pengaruh dengan parsial dari variable independent terhadap variable dependen. Tujuan dilakukan uji signifikan secara parsial dua variable bebas (independent) terhadap variable tak bebas (dependen) yaitu untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang disebabkan oleh tiap-tiap variable bebas terhadap variable tak bebas. Di bawah pengambilan keputusan uji t pendapat (Siregar, 2017) diantaranya:

Bila, $t_{hitung} < t_{table}$ maupun $-t_{hitung} > -t_{hitung}$ maupun $sig > 0,05$ menjadikan H_0 diterima

Bila, $t_{hitung} . t_{table}$ maupun $-t_{hitung} . -t_{hitung}$ maupun $sig. 0.05$ menjadikan H_0 ditolak.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dipilih dalam meninjau sejauh apa variable bebas mempengaruhi variable terikat. Jarak skor R^2 sekitar 0 hingga 1. Bila $R^2 = 0$, menunjukan jika variable bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap variable terikat, sementara skor mendekati 1 mengindikasikan terdapatnya pengaruh yang signifikan oleh variable bebas terhadap variabel terikat (Darma, 2021). Pada penelitian ini koefisien determinasi R^2 dipakai dalam menghitung sebesar apa variable independent semisal optimasi persediaan, Lokasi serta pelayanan terhadap pengambilan Keputusan pembelian pada toko bahan bangunan Gunung Raya Lumajang.

