

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Secara umum penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam melakukan suatu penelitian hendaknya menentukan terlebih dahulu metode penelitian yang sesuai dengan penelitian yang diteliti. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, kelengkapan produk dan harga terhadap pembelian ulang konsumen pada CV. Agung Internusa Abadi.

Metode yang digunakan adalah dengan metode asosiatif. Menurut Sugiyono (2017:57) “Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala”. Penggunaan metode ini digunakan sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi, kelengkapan produk dan harga terhadap pembelian ulang konsumen.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian diperlukan data yang diambil dari lokasi tempat peneliti meneliti. Dalam penelitian juga harus mencantumkan dimana peneliti melakukan penelitian, karena setiap lokasi

meskipun dengan penelitian yang sama tidak akan mendapatkan hasil yang sama pula. Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti adalah kantor CV. Agung Internusa Abadi berlokasi di Jalan Setia Budi Nomor 190 Medan, Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian selama empat bulan, yang dimulai dari bulan Juni 2019 hingga November 2019.

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	Juli 2019	Agustus 2019	September 2019	Oktober 2019	November 2019
1.	Pengolahan data					
2.	Pengumpulan data					
3.	Penyusunan skripsi					
4.	Bimbingan skripsi					
5.	Perbaikan skripsi					
6.	Pengesahan skripsi					
7.	Sidang Meja Hijau					

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan kumpulan dari individu, atau unit, atau unsur yang dijadikan obyek atau sasaran penelitian yang memiliki karakteristik yang sama. Menurut Sugiyono (2011:61) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Adapun populasi penelitian ini merupakan konsumen CV. Agung Internusa Abadi Medan berjumlah yang 70 orang dengan menyebarkan angket pertanyaan.

Menurut Arikunto (2013:112) “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila subjeknya kurang dari 100 orang lebih baik diambil semuanya, sehingga penelitian yang dilakukan merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika jumlah lebih dari 100 orang maka dapat diambil antaranya 10%-15% atau 20%-25%”. Berdasarkan uraian di atas, direncanakan untuk dijadikan sebagai sampel adalah sebanyak 70 orang. Pengambilan sampel dilakukan secara *non probability sampling*. Di mana *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah jenis *sampling aksidental* yaitu metode penentuan sampel atas dasar kebetulan yaitu siapa pun yang kebetulan bertemu dengan peneliti bisa digunakan sebagai sampel, jika rasa orang yang kebetulan ditemui tersebut cocok digunakan sebagai sumber data. Untuk itu, sampel penelitian ini adalah konsumen CV. Agung Internusa Abadi Medan yang penulis temui pada saat penelitian.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer adalah data yang belum diolah yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Data primer data yang diperoleh langsung dari sumber atau tempat dimana penelitian dilakukan secara langsung.

Menurut Umar (2014:42) menyatakan bahwa “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu ataupun perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”.

2. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga peneliti tinggal mencari dan mengumpulkan data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia, misalnya di perpustakaan, perusahaan-perusahaan, buku-buku ilmiah, literatur dan bahan-bahan kuliah yang sesuai dengan judul skripsi ini sehingga diperoleh data sekunder.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2010:58) “Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini menggunakan 3 (dua) variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari lokasi (X_1), kelengkapan produk (X_2), dan harga (X_3) serta variabel terikat, yakni pembelian ulang konsumen (Y).

Tabel 3.2
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala
Lokasi (X_1)	1. Tersedianya sumber daya, terutama bahan mentah sebagai bahan baku produksi, tenaga kerja, dan sarana transportasi akan membantu pengusaha dalam membuka usaha. 2. Lingkungan merupakan daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh,	1. Sumber daya 2. Lingkungan	Likert

	<p>restoran berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.</p> <p>3. Untuk menentukan lokasi usaha perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama terdapat usaha yang sama.</p> <p>4. Kemudahan dalam mencapai konsumen. Seorang pengusaha dalam menentukan tempat usahanya berorientasi pada pasar (pusat konsentrasi para konsumen berada).</p>	<p>3. Persaingan</p> <p>4. Kemudahan</p>	
Kelengkapan Produk (X ₂)	<p>1. Karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan</p> <p>2. Sebuah produk dapat ditawarkan dalam beragam fitur. Model dasar, model tanpa tambahan apapun.</p> <p>3. Cara untuk nilai pelanggan adalah nilai melalui gaya dan desain produk yang berbeda. Desain adalah konsep yang lebih besar dari pada gaya. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk</p> <p>4. Melibatkan perancangan dan produksi wadah atau pembungkus untuk sebuah produk.</p>	<p>1. Kualitas produk</p> <p>2. Fitur produk</p> <p>3. Gaya dan desain</p> <p>4. Kemasan</p>	Likert
Harga (X ₃)	<p>1. Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.</p> <p>2. Penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan finansial yang diberikan dalam kaitannya dengan spesifikasi yang berupa kualitas produk. Harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.</p> <p>3. Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.</p> <p>4. Konsumen akan merasakan puas ketika mereka mendapatkan</p>	<p>1. Harga Terjangkau</p> <p>2. Kesesuaian harga</p> <p>3. Daya saing harga</p> <p>4. Manfaat harga</p>	Likert

	manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.		
Pembelian Ulang Konsumen (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecenderungan seseorang untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsinya. 2. Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain, dengan referensi pengalaman konsumsinya. 3. Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi. Preferensi ini hanya dapat diganti bila terjadi sesuatu dengan produk. 4. Minat menggambarkan perilaku seseorang selalu mencari informasi mengenai produk diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat dari produk. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif 	

3.6. Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data, yakni:

1. Kuesioner (angket) yaitu tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab, dengan menggunakan skala *likert*, di mana setiap pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi yaitu:

Tabel 3.3
Skala Likert

Pertanyaan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2010:133)

2. Studi dokumentasi dilakukan dengan memperoleh data di CV. Agung Internusa Abadi Medan yang berhubungan dengan masalah diteliti seperti sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan wewenang serta tugas-tugas pegawai.

3.7. Teknik Analisa Data

1. Uji Validitas

Suatu alat ukur disebut memiliki validitas bilamana alat ukur tersebut isinya layak mengukur obyek yang seharusnya diukur dan sesuai dengan kriteria tertentu uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan *korelasi pearson*. Mengkorelasikan setiap pertanyaan dengan nilai total pertanyaan. Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas, digunakan dengan teknik *corelation producttmoment* dengan cara mengkolerasikan skor butir dengan skor total. Dalam melakukan uji validitas ini, peneliti memakai 70 responden dan taraf signifikansi 5% dengan bantuan program SPSS versi 19.0. Pengujian validitas, yaitu : Apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, artinya terdapat korelasi antara variabel x dengan variabel y dandikatakan valid. Apabila $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, artinya tidak terdapat korelasi antara variabel x dengan variabel y dan dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Data dikatakan *reliable* adalah memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. Uji reliabilitas dapat menggunakan tehnik *Cronboach Aplha*, jika nilai *Aplha* lebih besar dari 0.60 dinyatakan *reliable*. Dalam pengujian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha. Perhitungan koefisien alpha memanfaatkan bantuan SPSS 19.0 dan batas kritis untuk nilai alpha untuk mengindikasikan kuesioner yang *reliable* adalah 0,60. Jadi nilai koefisien alpha $> 0,60$ merupakan indikator bahwa kuesioner tersebut *reliable*.

3. Uji asumi klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan Determinasi. Adapun masing-masing pengujian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi

data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS for Windows* untuk pengujian terhadap data sampel tiap variabel. Untuk mendeteksi normalitas data melalui *output* grafik kurva normal *p-p plot*. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal". Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk sejumlah sampel kecil.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini dimaksudkan untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain. Asumsi multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Gejala multikolinearitas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Gejala ini ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel independen. Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai tolerance. Jika $VIF > 10$ dan nilai tolerance $< 0,10$ maka tidak terjadi gejala multikolinieritas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi

yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independent sama dengan nol. Multikolinieritas dapat dideteksi dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai multikolinieritas dapat juga dilihat dari :

- 1) Nilai tolerance atau lawannya.
- 2) *Variance inflation factor* (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen (terikat) dan diregresi terhadap variabel independen lainnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan yang lain. jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

d. Regresi linear berganda

Untuk mengetahui pengaruh lokasi, kelengkapan produk, harga terhadap pembelian ulang konsumen dengan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Pembelian Ulang Konsumen

X₁ = Lokasi

X₂ = Kelengkapan Produk

X₃ = Harga

a = Konstanta

b₁. b₂. b₃ = Koefisien regresi

e = Variabel pengganggu/error

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ditujukan untuk menguji ada tidaknya pengaruh dari variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui model regresi linier berganda.

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah $\alpha = 5\%$.

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji hipotesis dengan t-test ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dapat dilihat sebagai berikut : Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 alternatif ditolak. Jadi tidak ada pengaruh antara variabel-variabel independent

terhadap variabel dependen. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_a alternatif diterima. Jadi ada pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen. Taraf nyata (α) adalah 5%.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Apabila secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $F < 0,05$, maka model regresi dikatakan bagus, sebaliknya apabila secara bersama-sama variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $F > 0,05$, maka model regresi adalah tidak baik.

c. Uji Determinasi

Uji determinasi atau Pengujian R^2 digunakan untuk mengukur proporsi atau presentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen. R^2 berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Apabila R^2 sama dengan 0, hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, dan bila R^2 semakin kecil mendekati 0, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen semakin kecil terhadap variabel dependen. Apabila R^2 semakin besar mendekati 1, hal ini menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.