

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Definisi Konsep

Definisi konsep adalah unsur yang menjelaskan mengenai suatu masalah yang akan diteliti. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan definisi konsep dari beberapa penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Zeithaml Valerie A. et al (2010) dikutip oleh Tjiptono (2019), kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen/pelanggan.

2. Harga (X2)

Menurut Kotler & Armstrong (2018), harga (*Price Preception*) adalah nilai yang terkandung dalam suatu harga yang berhubungan dengan manfaat yang diperoleh dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

3. Ketersediaan Produk (X3)

Menurut Engel & Roger (2010) menyatakan bahwa ketersediaan produk mengacu pada berbagai pilihan yang tersedia bagi konsumen dalam beberapa kategori tertentu.

4. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler & Armstrong (2018), keputusan pembelian adalah sebuah sikap atau perilaku konsumen tentang membentuk preferensi atas merek – merek yang berada didalam kumpulan pilihan.

B. Definisi Operasional

Secara operasional independent variable (variabel bebas) dan dependent variable (variabel terikat) didasari oleh variabel yang di definisikan dari sebuah rumusan dan hipotesis. Untuk mengukur sebuah variabel yang secara operasional di definisikan berdasarkan rumusan hipotesis sebagai berikut.

Variabel independent ialah variabel yang berdampak atau menjadi alasan terciptanya sebuah perubahan pada variabel dependen. Pada penelitian ini yang masuk variabel bebas dibuat simbol dengan huruf X :

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Zeithaml Valarie A. et al (2010) dikutip oleh Tjiptono (2019) terdapat 5 indikator utama dalam kualitas pelayanan, yaitu:

- a) *Reliability* (keandalan)
- b) *Tangible* (bukti fisik)
- c) *Responsiveness* (daya tanggap)
- d) *Assurance* (jaminan)
- e) *Emphaty* (empati)

2. Harga (X2)

Menurut Kotler & Amstrong (2018) menjelaskan ada 4 ukuran yang mencirikan harga, yaitu:

- a) Keterjangkuan harga
- b) Kesesuaian harga
- c) Daya saing harga
- d) Kesesuaian harga dengan manfaat

3. Ketersediaan Produk (X3)

Menurut Engel & Roger (2010) ada 4 indikator yang mencirikan dari ketersediaan produk, yaitu:

- a) Variasi Produk yang dijual
- b) Merek Produk yang dijual
- c) Keragaman Produk yang dijual
- d) Ketersediaan Produk yang dijual

4. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Amstrong (2018) keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi 5 kategori, yaitu:

- a) Pemilihan Produk
- b) Pemilihan Merek
- c) Pemilihan Saluran Pembelian
- d) Waktu Pembelian
- e) Cara Pembayaran

C. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021), metode kuantitatif ini bersifat ilmiah karena telah memenuhi kaidah sistem ilmiah yaitu empiris atau konkrit, terukur, objektif, rasional dan sistematis. Bisa disebut kuantitatif karena data penelitian berbentuk numerik dengan analisis nya menggunakan statistik.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Selain itu juga digunakan sumber referensi sebagai kelengkapan olah data

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang dihasilkan langsung dari asal atau pihak pertama, data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini data berupa pendapat penelitian (semua orang) baik secara individu maupun kelompok. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuisisioner dibagikan kepada responden yang belum pernah membeli produkdi Toko Buku Gramedia Yogyakarta

2. Referensi

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini

merupakan data primer. Selain itu juga digunakan sumber referensi sebagai kelengkapan olah data. Dalam penelitian ini referensi yang digunakan adalah penelitian terdahulu berupa jurnal, buku, makalah, literatur dan bacaan yang sifatnya mendukung keperluan data primer.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2021) populasi adalah wilayah umum yang atas subjek atau objek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti agar dapat dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang diteliti adalah konsumen yang sudah pernah membeli produk yang ditawarkan Toko Buku Gramedia Yogyakarta.

2. Sampel

Menurut Wiyono (2020) sampel merupakan bagian populasi yang terwakili dan akan diteliti atau Sebagian jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang terwakili. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sampel non-probability, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan metode yang digunakan adalah purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu yaitu responden yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan peneliti Sekaran & Bougie (2017). Alasan peneliti menggunakan metode purposive sampling

karena menurut Siyoto & Sodik (2015) teknik ini dapat melakukan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus.

Kriteria dalam penelitian ini adalah :

- 1) Pernah melakukan pembelian di Toko Buku Gramedia Yogyakarta
- 2) Umur/Usia minimal responden yaitu 18 Tahun

Menurut Hair & et al (2018), jumlah sampel yang dibutuhkan dapat dihitung berdasarkan pedoman ukuran sampel tergantung dari dari jumlah indikator yang dapat dikali dengan 5 sampai 10. Perhitungannya adalah 18, indikator $18 \times 5 = 90$, maka sampel penelitian yang digunakan adalah minimal sebanyak 90. Menurut Schreiber & Asner (2011) untuk responden bila dibawah 100 maka diambil semua, bila responden berjumlah 500 diambil 50%, jika responden berjumlah 5000 diambil 357 responden, dan bila populasi berjumlah 100.000 maka diambil 384 responden, jadi lebih baik peneliti mengambil sampel menggunakan 100 responden.

F. Obyek dan Subyek Penelitian

1. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah variable independent yaitu Kualitas Pelayanan (X1) , Harga (X2), Ketersediaan Produk (X3). Obyek dari variabel lain yang ada dalam penelitian ini adalah variable dependent antara lain Keputusan Pembelian (Y).

2. Subjek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian produk yang ditawarkan Toko Buku Gramedia dan berusia minimal 18 tahun.

G. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dengan menyebarkan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden. Dalam penelitian ini disusun jawaban pilihan dengan memakai skala pengukuran likert, skala likert sendiri memiliki 5 jawaban yang dipilih oleh responden. Dimana dari jawaban tersebut memiliki kandungan beberapa nilai yang bersifat interval, yaitu angka yang diberikan dalam tingkatan yaitu:

- | | |
|------------------------------|------------------|
| a. SS (Sangat Setuju) | memiliki nilai 5 |
| b. S (Setuju) | memiliki nilai 4 |
| c. N (Netral) | memiliki nilai 3 |
| d. TS (Tidak Setuju) | memiliki nilai 2 |
| e. STS (Sangat Tidak Setuju) | memiliki nilai 1 |

H. Uji Instrumen

Menurut Wiyono (2020) setiap penelitian membutuhkan Instrumen Baik dalam ilmu bidang sosial maupun ilmu alam. Instrumen dalam penelitian ini memegang peranan penting dalam penelitian kuantitatif karena kualitas data yang digunakan dalam banyak hal ditentukan oleh kualitas instrumen yang

digunakan, untuk menguji kualitas instrumen digunakan 2 uji yaitu validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Menurut Wiyono (2020) uji validitas merupakan hasil dari pengukuran valid atau tidak penyimpangan dari ketentuan yang sudah ada. Suatu item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid, apabila pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Maka validitas ingin mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat dengan benar dan dapat mengukur apa yang akan diukur. Dalam pengujian ini akan menggunakan uji dua sisi taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian dalam item adalah sebagai berikut:

Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka item kuisisioner tersebut valid

Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka item kuisisioner tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang memiliki indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach alpha* (α) $> 0,60$ atau lebih besar dari 0,60.

I. Uji Asumsi Dasar

1. Uji Normalitas

Menurut Wiyono (2020) uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak perlu dilakukan uji normalitas. Uji ini biasanya dilakukan untuk mengukur data berskala interval, rasio, ataupun ordinal. Dalam uji *one sample* Kolmogorof - Smirnov akan menggunakan tingkatan signifikan sebesar 0,05, dimana jika signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.

J. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2018) uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada dan tidak nya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yakni adanya hubungan linear antara variabel dependent dan variabel independent dalam hal model regresi, jika terdapat variabel independen saling berkorelasi maka variabel tersebut tidak orthogonal. Pengujian multikolinearitas menurut Ghazali (2018) pada umumnya melihat VIF (*Variabel Inflation Factor*) dengan syarat $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,100$, maka dapat dikatakan variabel tidak terjadi gejala multikolinearitas

2. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghazali (2018) uji Heterokedastisitas digunakan bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variance residual dalam suatu pengamatan ke pengamatan

yang lain. Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Glejser* dengan cara kita meregresikan nilai absolute residual dengan variabel independen. Apabila nilai probabilitas (sig) > dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas Ghozali (2018)

K. Metode Analisis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Wiyono (2020), analisis regresi linear berganda merupakan hubungan fungsional maupun hubungan kausal dari dua atau lebih variabel *independent* dengan satu variabel *dependent*. Dalam penelitian ini menggunakan empat variabel, sehingga bentuk regresi linear berganda menjadi sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

A = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan

β_2 = Koefisien Regresi Harga

β_3 = Koefisien Regresi Ketersediaan Produk

X1 = Variabel Kualitas Pelayanan

X2 = Variabel Harga

X3 = Variabel Ketersediaan Produk

E = Standar error

2. Uji *Goodness of Fit Test* (Uji F)

Menurut Ghozali (2018) uji *Goodness of Fit* adalah untuk menguji seberapa tepatkah frekuensi yang teramati cocok atau sesuai dengan frekuensi yang diharapkan. Secara statistik nilai *Goodness of Fit* dapat diukur dari nilai statistik F. apabila nilai dari probability F statistik kurang dari 0,05 maka semua variabel independen mampu memprediksi variabel dependen dengan baik. Model layak untuk digunakan.

Dasar Pengambilan Keputusan:

- 1) Jika $\text{sig} < 0,05$ atau $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- 2) Jika $\text{sig} > 0,05$ atau $f \text{ hitung} < f \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

3. Uji Hipotesis (Uji t)

Dalam pengujian hipotesis ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji t, menurut Ghozali (2018) Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh tiap masing – masing variabel berdasarkan parsial dan berdampak signifikan pada variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Bila $t \text{ hitung} >$ dengan nilai $\text{sig} < 0,05$ dimana H_0 ditolak H_a diterima. Hal tersebut menjelaskan adanya keterkaitan secara signifikan dari variabel terikat.

- 2) Bila t hitung $<$ dengan nilai $\text{sig} > 0,05$ dimana H_0 diterima H_a ditolak.
Hal tersebut menjelaskan tidak adanya keterkaitan secara signifikan dari variabel tersebut.

4. Koefisien Determinasi (*Adjusted R square*)

Koefisien determinasi merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk presentase, yang menunjukkan seberapa besar presentase keragaman variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh keragaman variabel independen (X), atau dengan kata lain seberapa besar variabel independen dapat berkontribusi terhadap variabel (Y). dalam penelitian ini dipakai *Adjusted R Square* karena nilai *Adjusted R Square* dapat naik dan turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. menurut Ghozali (2018) menjelaskan bila koefisien menunjukkan seberapa besar presentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

- 1) Apabila R mendekati 0 menunjukkan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan simultan makin melemah, maka model dikatakan kurang kuat
- 2) Apabila R mendekati 1 menunjukkan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan simultan makin melemah, maka model dikatakan kuat.