# BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1. **Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019: 13) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang diangkakan, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun pengertian deksriptif menurut (Sugiyono, 2019: 226) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskrepsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana mestinya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

1. **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini menargetkan konsumen yang berbelanja di Pasar Gede Surakarta. Peneliti memilih lokasi penelitian karena ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mampu mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di Pasar Gede Surakarta.

Penelitian berlangsung dari Oktober 2021 hingga Desember 2021.

1. **Populasi dan Sampel**

Menurut (Sugiyono, 2019: 126) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen di Pasar Gede Surakarta.

Menurut (Sugiyono, 2019: 127) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ketika seorang peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan analisis kuantitatif, ukuran sampel atau jumlah sampel yang diambil menjadi penting. Karena populasinya tidak diketahui secara pasti, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus (Ferdinand, 2014: 109) untuk menentukan sampel sebagai berikut:

Keterangan :

|  |  |
| --- | --- |
| Z = | Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian. Pada α = 5% (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka Z = 1,96) |
| µ = | *Margin of error*, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%) |

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

96,04 (atau dibulatkan menjadi 100 responden)

Jadi dari hasil perhitungan di atas diketahui, ukuran sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling.* *Purposive sampling* menurut (Sugiyono, 2019: 138) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau menggunakan kriteria tertentu, sehingga data yang diperoleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten dibidangnya. Sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil objek penelitian yang selektif dan mempunyai ciri-ciri spesifik dan mempunyai kriteria sebagai berikut :

1. Responden berdomisili di Surakarta.
2. Pernah berbelanja di Pasar Gede Surakarta
3. **Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini diambil dari data primer dan data sekunder :

1. Menurut (Sugiyono, 2019: 194) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang diperoleh dari penelitian ini yaitu kuesioner yang didapatkan dari responden.
2. Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). (Sugiyono, 2019: 296). Data sekunder yang terdapat dalam survei ini meliputi penelitian sebelumnya yang sesuai, literasi, dan penelitian yang menggambarkan keputusan pembelian di pasar tradisional ditinjau dari faktor budaya, faktor sosial, dan keragaman produk.
3. **Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data bisa dilakukan dengan berbagai cara dan berbagai sumber sesuai kebutuhan. Teknik pengumpulan data bisa dilakukan dengan cara yaitu

1. Observasi

Menurut (Sugiyono, 2019: 297) observasi merupakan cara pengambilan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap masalah yang sedang diteliti, dengan maksud untuk membandingkan keterangan keterangan yang diperoleh dengan kenyataannya. Metode ini dilakukan agar peneliti mendapatkan gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti. Observasi ini mengenai keputusan pembelian di Pasar Gede Surakarta

1. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2019: 315) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

1. Kuisioner

Menurut (Sugiyono, 2019: 199) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yaitu konsumen Pasar Gede Surakarta untuk memberikan jawaban. Bentuk kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah positif, maka pemberian skor pada kuesioner yang diberikan kepada responden didasarkan pada kriteria skala Likert, yaitu dengan memberikan jawaban responden dengan klasifikasi sebagai berikut:

1) Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5

2) Jawaban Setuju (S) diberi skor 4

3) Jawaban Netral (N) diberi skor 3

4) Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2

5) Jawaban Satngat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

1. Studi pustaka

Menurut (Sugiyono, 2019: 291) mengatakan bahwa studi kepustakaan berkaitan dengan kajian secara teori melalui referensi-referensi terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Penelitian kepustakaan ini tidak terlepas dari literature-literatur. Dari pendapat tersebut, maka penelitian kepustakaan (library research) ini tidak terjun ke lapangan secara langsung untuk bertemu dengan responden karena data-data diperoleh dari pustaka berupa buku ataupun dokumen yang kemudian dibaca, dicatat, dianalisis.

1. **Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel merupakan penarikan batasan yang menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substansive dari suatu konsep dengan tujuan untuk memberikan gambaran tentang bagaimana suatu variabel akan diukur, oleh karena itu, variabel harus mempunyai pengertian yang sangat spesifik dan terukur.

**Tabel III. 1  
Definisi Operasional Variabel**

| Variabel | Pengertian / Devinisi | Indikator | Item Pernyatanyaan |
| --- | --- | --- | --- |
| Keputusan Pembelian  (Y) | Sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk. | * + - 1. Pengenalan masalah atau kebutuhan       2. Pencarin informasi       3. Evaluasi alternatif       4. Keputusan pembelian       5. Perilaku pasca pembelian       6. Berhati hati       7. Adil   (Marwati & Amidi, 2019) | Saya berbelanja di pasar gede karena produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan saya  Saya berbelanja di pasar gede karena banyak berbagai pemilihian varian produk yang sesuai dengan kebutuhan saya  Saya berbelanja di pasar gede karena dipasok dari distributor langsung  Saya berbelanja di pasar gede karena jumlah produk yang dijual tersedia banyak sesuai dengan kebutuhan saya  Saya berbelanja di pasar gede karena cara pembayarannya yang sangat mudah |
| Faktor Budaya  ( X1) | Faktor budaya merupakan karakter yang penting dari suatu sosial yang membedakannya dari kelompok kultur lainnya. | Kultur  Subkultur  Kelas sosial  (Irwan, 2019) | 1. Saya berbelanja di pasar gede karena mayoritas tetangga saya juga berbelanja disana 2. Keputusan berbelanja di pasar gede juga dipengaruhi oleh budaya keluarga 3. Saya berbelanja di pasar gede karena mudah dilakukan di wilayah saya tinggal 4. Keputusan berbelanja di pasar gede menunjukkan kelas social saya |
| Faktor Sosial  (X2) | Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus-menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal dan informal | * + - 1. Kelompok acuan       2. Keluarga       3. Peran dan status   (Irwan, 2019) | 1. Saya belanja di pasar gede karena saya warga Surakarta 2. Tetangga saya memberikan pengaruh untuk berbelanja di pasar gede 3. Adanya anggota keluarga saya yang berbelanja di pasar gede membuat saya ikut berbelanja di pasar gede |
| Keragaman produk  (X3) | Keberagaman produk adalah sebagai seperangkat (keanekaragaman) lini produk dan unsur yang ditawarkan oleh penjual tertentu. | 1. kelompok kebutuhan  2. kelompok produk  3. kelas produk  4. lini produk  5. tipe produk  6. merk  (Mimi & Daniaty, 2017) | 1. saya merasa ketika saya membutuhkan suatu produk tertentu di pasar tradisional menyediakanya 2. saya merasa berbelanja di pasar gede memiliki beraneka macam produk 3. saya merasa belanja di pasar gede barang- barang selalu tersedia 4. saya merasa kualitas produk d pasar tradisional t sama dengan yang di jual di supermarket 5. saya merasa belanja di pasar gede bayak type produknya 6. produk yang dijual bermerk sama dengan yang dijual di supermarket |

1. **Uji Instrumen**

Uji coba instrumen dilakukan untuk menguji alat ukur yang digunakan apakah valid dan reliabel (Sugiyono, 2019: 363)

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Instrumen yang valid menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mengukur data tersebut valid, yang berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. (Sugiyono, 2019: 193). Metode yang digunakan yaitu dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh dari setiap item dengan skor total setiap atribut. Teknik korelasi yang digunakan yaitu *pearson product moment correlation:*

rxy =

Dimana:

r : koefisien korelasi antara item (x) dengan skor total (y)

N : banyaknya responden

X : skor yang diperoleh dari seluruh item

Y : jumlah skor yang diperoleh dari seluruh item

Σ *XY* : jumlah perkalian X dan Y

Σ *X2* : jumlah kuadrat dalam skor distribusi

X Σ *Y2* : jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Variabel Keputusan Pembelian

Uji validitas ini dilakukan terhadap 20 responden dengan rumus korelasi bivariate person dengan program SPSS statistics 20, dengan 5 item pertanyaan ternyata semua item dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas dari variabel keputusan pembelian dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel III. 2  
Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Item** | **rhitung** | **rtabel** | **Keterangan** |
| 1 | 0,850 | 0,444 | Valid |
| 2 | 0,705 | 0,444 | Valid |
| 3 | 0,768 | 0,444 | Valid |
| 4 | 0,776 | 0,444 | Valid |
| 5 | 0,846 | 0,444 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Tabel III.2 menunjukkan bahwa validitas instrumen variabel keputusan pembelian sebanyak 5 butir pertanyaan dengan hasil rhitung > rtabel sebesar 0,444 hal ini berarti seluruh pertanyaan variabel keputusan pembelian valid.

Variabel Faktor Budaya

Uji validitas ini dilakukan terhadap 20 responden dengan rumus korelasi bivariate person dengan program SPSS statistics 20, dengan 5 item pertanyaan ternyata semua item dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas dari variabel faktor budaya dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel III. 3  
Hasil Uji Validitas Instrumen Faktor Budaya

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Item** | **rhitung** | **rtabel** | **Keterangan** |
| 1 | 0,925 | 0,444 | Valid |
| 2 | 0,968 | 0,444 | Valid |
| 3 | 0,918 | 0,444 | Valid |
| 4 | 0,968 | 0,444 | Valid |
| 5 | 0,980 | 0,444 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Tabel III. 3 menunjukkan bahwa validitas instrumen variabel faktor budaya sebanyak 5 butir pertanyaan dengan hasil rhitung > rtabel sebesar 0,444 hal ini berarti seluruh pertanyaan variabel faktor budaya valid.

Variabel Faktor Sosial

Uji validitas ini dilakukan terhadap 20 responden dengan rumus korelasi bivariate person dengan program SPSS statistics 20, dengan 5 item pertanyaan ternyata semua item dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas dari variabel faktor sosial dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel III. 4  
Hasil Uji Validitas Instrumen Faktor Sosial

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Item** | **rhitung** | **rtabel** | **Keterangan** |
| 1 | 0,919 | 0,444 | Valid |
| 2 | 0,912 | 0,444 | Valid |
| 3 | 0,972 | 0,444 | Valid |
| 4 | 0,875 | 0,444 | Valid |
| 5 | 0,955 | 0,444 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Tabel III. 4 menunjukkan bahwa validitas instrumen variabel faktor budaya sebanyak 5 butir pertanyaan dengan hasil rhitung > rtabel sebesar 0,444 hal ini berarti seluruh pertanyaan variabel faktor social valid.

Variabel Keragaman Produk

Uji validitas ini dilakukan terhadap 20 responden dengan rumus korelasi bivariate person dengan program SPSS statistics 20, dengan 5 item pertanyaan ternyata semua item dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas dari variabel keragaman produk dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel III. 5  
Hasil Uji Validitas Instrumen Keragaman Produk

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Item** | **rhitung** | **Rtabel** | **Keterangan** |
| 1 | 0,639 | 0,444 | Valid |
| 2 | 0,891 | 0,444 | Valid |
| 3 | 0,852 | 0,444 | Valid |
| 4 | 0,847 | 0,444 | Valid |
| 5 | 0,716 | 0,444 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Tabel III. 5 menunjukkan bahwa validitas instrumen variabel faktor budaya sebanyak 5 butir pertanyaan dengan hasil rhitung > rtabel sebesar 0,444 hal ini berarti seluruh pertanyaan variabel keragaman produk valid.

Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *alpha cronbach*. Kusioner dikatakan andal apabila koefisien reliabilitas bernilai positif dan lebih besar daripada 0,7. Penelitian ini akan menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha* :

r11 =[ ][1- ]

Keterangan:

*r11* : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan

Σσ2 : jumlah butir pertanyaan

σ21 : varians total

Koefisien alpha dapat dikatakan reliabel ketika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Perhitungan data tersebut akan dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 20. Berikut merupakan tabel hasil uji reliabilitas dari variabel keputusan pembelian, faktor budaya, faktor sosial dan keragaman produk :

Tabel III. 6  
Hasil Uji Reabilitas Kuisioner

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | ***Cronbach’s Alpha*** | **Kriteria** | **Keputusan** |
| 1 | 0,846 | 0,60 | Reliabel |
| 2 | 0,974 | 0,60 | Reliabel |
| 3 | 0,957 | 0,60 | Reliabel |
| 4 | 0,849 | 0,60 | Reliabel |

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Dari hasil diatas menunjukan bahwa Cronbach’s Alpha > 0,60 dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner dapat diandalkan atau reliabel.

1. **Analisis Data**

### Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018: 19) uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal Atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi >0,05.

1. Uji Multikolonearitas

Uji multikolineritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi kuat antar variabel bebas (Ghozali, 2018: 107). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

1. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018: 135). Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

### Analisis Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh tiga atau lebih variable, yang terdiri dari satu variable terkait dan dua atau lebih variable bebas. Menurut (Sugiyono, 2019) Model persamaan regresi yang digunakan ialah sebagai berikut:

Y = a+b1X1 + b2X2 + b3X3 + e

Keterangan :

Y : keputusan pembelian

A : konstanta

b1, b2, b3 : koefisien regresi

X1 : faktor budaya

X2 : faktor sosial

X3 : keragaman produk

e : error

### Koefisien Determinasi (R²)

Menurut (Yuliara, 2016: 4) koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase pengaruh variabel bebas (faktor budaya, faktor sosial dan keragaman produk) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Apabila nilai R2 kecil, maka kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen terbatas. Namun jika nilai R2 mendekati satu, variabel-variabel independen memberikan hampir semua infomasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen atau memiliki pengaruh yang kuat.

Keterangan :

R2 = Koefisien determinasi

ryx1 = Korelasi antara X1 dengan Y

ryx2 = Korelasi antara X2 dengan Y

rx1x2 = Korelasi antara X1 dengan X2

Nilai koefisien determinasi / R2 berada pada rentang angka nol dan satu (0 ≤ R2 ≤ 1). Jika nilai koefisien determinasi yang mendekati angka nol (0) berarti kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi variabel mendekati satu (1) berarti kemampuan variabel bebas dalam menimbulkan keberadaan variabel terikat semakin kuat.

### Uji F (Uji Stimultan)

Menurut (Ghozali, 2018: 98) Uji F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka dapat dinyatakan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Apabila Fhitung > Ftabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima, begitupun sebaliknya.

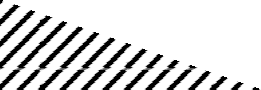
Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1. Menentukan formulasi Ho dan Ha

Jika Ho : β1 =β2 = β3 = 0 tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor budaya (X1), faktor sosial (X2) dan keragaman produk (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Pasar Gede Surakarta

Jika Ha : β1 ≠ β2 ≠ β3 ≠ 0 ada pengaruh yang signifikan antara faktor budaya (X1) faktor sosial (X2) dan keragaman produk (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pasar Gede Surakarta.

1. Menentukan *level of signifikan* (α).
2. *Rule of the test*



Daerah Tolak Ho

Daerah Terima Ho

F (α, k, n-k) *Daerah ditolak*

Gambar III. 1

Kurva Normal Uji F

Ho diterima : F hitung ≤ F tabel (α, k, n-k)

Ho ditolak : F hitung > F tabel (α, k, n-k)

1. Menghitung nilai F

F =

Keterangan:

k = jumlah parameter yang diestimasi termasuk *intercept*

n = jumlah pengamat

R2 = koefisien determinasi

1. Keputusan

Ho diterima apabila Fhitung < Ftabel

Ha ditolak apabila Fhitung > Ftabel

### Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018: 99) apabila hasil uji t dengan nilai signifikan < 0,05, memiliki arti bahwa variabel secara individual atau parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat

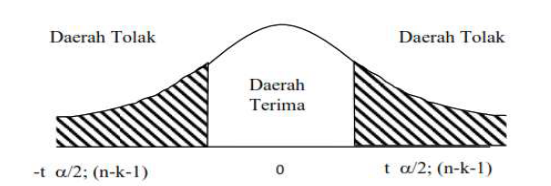
Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1. Menentukan formulasi Ho dan Ha

Jika Ho : β1 =β2 = β3 = 0, artinya variabel independen *faktor* budaya (X1), faktor sosial (X2) dan keragaman produk (X3) secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian.

Jika Ha : β1 ≠ β2 ≠ β3 ≠ 0, artinya variabel independen faktor budaya (X1), faktor sosial (X2) dan keragaman produk (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian.

1. Menentukan *level of signifikan* (α)
2. *Rule of the test*

**

Gambar III. 2  
Kurva Normal Uji Daerah ditolak t

Ho diterima : -t (α/2, n-k) < t < t (α/2, n-k)

Ho ditolak : t < -t (α/2, n-k) atau t > t (α/2, n-k)

1. Menghitung nilai t

thitung =

Keterangan

b = koefisien regresi

β = slop garis regresi

Sb = standart error

1. Keputusan penguji

Ho diterima berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Ho ditolak berarti terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.