

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Riset ini termasuk jenis riset deskriptif dan asosiatif. Jenis riset asosiatif ialah jenis riset yang memiliki sifat mencari pengaruh atau korelasi antara kedua variabel atau lebih (Sugiyono,2018). Berdasarkan fenomena yang terjadi yaitu penurunan Keputusan Pembelian maka dari itu metode yang dipakai ialah penelitian Kuantitatif guna meneliti terdapat nya kemungkinan hubungan antara sebab akibat variabel tentang pengaruh Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada PT Putera Karya Sindo Prakarsa.

Penelitian ini menguji dari fenomena yang terjadi penurunan pembelian pada konsumen Alfamart Parung 3 Pembeli Alfamart pada Alfamart 3, Jl. Serpong Parung, Curug, Gn. Sindur, Bogor, Jawa Barat 16340, Indonesia, sebagaimana di jelaskan oleh Maka dari itu akan di teliti mengenai pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian yang di dasari oleh teori Tjiptono (2018) Fasilitas, Lokasi dan Pelayanan dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian serta penelitian sugih (2019) bahwa Fasilitas, Lokasi dan Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini akan di olah secara linear berganda dengan software SPSS 27, Menurut Wibowo (2020) SPSS mampu membaca dan mengolah berbagai jenis format data. Kemampuan inilah yang membuat aplikasi SPSS bisa sangat membantu

3.2 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ialah daerah yang secara menyeluruh serta berisikan dari objek maupun subjek yang memiliki kualitas ciri khas yang berbeda yang ditentukan oleh peneliti sendiri dalam upaya dipelajari serta diambil kesimpulannya.

(Sugiyono, 2018) berpendapat bahwa populasi tidak terdiri dari orang saja, melainkan juga benda alam serta obyek yang lain. Populasi dalam penelitian ini yaitu pembeli Alfamart Parung 3 pada daerah Gunung Sindur Parung, dengan Karakteristik yaitu responden pada Alfamart Parung 3 yang melakukan pembelian dan sebelumnya pernah mengunjungi pada Alfamart Parung 3.

3.3.2 Sampel

Menurut Handayani (2020), teknik pengambilan sampel atau biasa disebut dengan sampling adalah proses menyeleksi sejumlah elemen dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel, dan memahami berbagai sifat atau karakter dari subjek yang dijadikan sampel, yang nantinya dapat dilakukan generalisasi dari elemen populasi, Karena populasi tidak diketahui dengan pasti, maka menggunakan rumus Hair, *et al*, (2018) (Jumlah indikator + jumlah variabel laten) x (5 sampai 10 kali) Berdasarkan pedoman tersebut, maka jumlah sampel untuk penelitian ini adalah 23 jadi $23 \times 5 = 115$ responden

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel maksimal dalam penelitian ini adalah 115 responden Pembeli Alfamart Parung 3, dengan kriteria sampel konsumen yang melakukan pembelian pada Alfamart Parung 3.

3.4 Metode Pengumpulan data

Untuk pengumpulan data mampu dilaksanakan bersama sejumlah teknik yaitu dengan menggunakan teknik *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), serta perpaduannya (Sugiyono, 2018:137). Pada studi ini memakai data yakni:

3.4.2 Data Primer

Menurut Sugiyono (2023) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini menggunakan Kuesioner dengan memberikan list pertanyaan pada responden dengan *google form*. Pada penelitian ini penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan *google form* dan responden akan menjawab yang akan menjadi responden yaitu konsumen Alfamart 3 Gunung Sindur. pertanyaan-pertanyaan tersebut melalui link yang disebar.

3.4.3 Data Sekunder

Dokumen yakni sejumlah fakta data yang tersimpan seperti profil perusahaan dan data pendukung yang ada pada Alfamart 3 Gunung Sindur

Alat ataupun instrumen studi yang dipakai guna mengukur nilai variabel yang dikaji. Maka total instrumen hendak dipakai guna studi hendak bergantung terhadap total variabel yang hendak dikaji, (Sugiyono, 2018). Skala *likert* dipakai dalam pengukuran argumen, karakteristik, serta pandangan individu ataupun golongan yang berhubungan peristiwa sosial. Pada studi peristiwa sosial ini sudah ditentukan secara spesifik oleh peneliti yang lalu dinamai selaku variabel studi, (Sugiyono, 2018).

Tabel 3.1. Skala likert

Skala likert	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono, 2018)

3.5 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

3.5.1 Variabel Independen

a. Lokasi (X1)

Menurut Monks (2018) Lokasi adalah letak posisi dimana sesuatu berada. Pemilihan Lokasi harus ditentukan secara hati-hati dalam suatu keputusan bisnis dan menurut Tjiptono (2018) suatu tempat dimana suatu usaha dijalankan agar produk dari suatu usaha tersebut dapat dipasarkan pada konsumen.

b. Pelayanan (X2)

Menurut Tjiptono (2018) Pelayanan pada dasarnya dapat di definisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung, maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya manusia berusaha, baik melalui aktivitas sendiri, maupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain. Aktivitas adalah suatu proses penggunaan akal, pikiran, panca indera dan anggota badan dengan atau tanpa alat bantu yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik dalam bentuk barang maupun jasa.

c. Fasilitas (X3)

Menurut Kotler (2019) Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

3.5.2 Variabel Dependen

a. Keputusan Pembelian (Y)

Kotler (2019) mengatakan Keputusan Pembelian merupakan tahap dari proses keputusan pembeli yaitu ketika konsumen benar-benar membeli produk. Dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merk tertentu dan mengevaluasi seberapa baik

masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada Keputusan Pembelian.

Tabel 3.2 Variabel Penelitian

Keputusan Pembelian (Y)		
Tjiptono (2018)		
Dimensi	Indikator	Skala
1. Pemilihan produk	kebutuhan suatu produk, keberagaman varian produk dan kualitas produk.	Ordinal
2. Pemilihan merek Pemilihan penyalur	kepercayaan dan popularitas merek.	Ordinal
3. Waktu pembelian.	kemudahan mendapatkan produk dan ketersediaan produk.	Ordinal
4. Jumlah pembelian	Waktu pembelian produk	Ordinal
5. Pemilihan produk	kebutuhan akan produk.	Ordinal
Lokasi (X1)		
Monks (2018)		
Dimensi	Indikator	Skala
1. Akses,	Kemudahan akses pada Lokasi toko	Ordinal
2. Visibilitas,	Toko atau tempat berjualan mudah terlihat	Ordinal
3. Lalu lintas (Traffic)	Peluang besar terjadinya impulse buying, yaitu Keputusan Pembelian yang tidak direncanakan.	Ordinal
	Kepadatan atau kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.	
	Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman	
4. Lingkungan	Kondisi Daerah di sekitar bisnis	Ordinal
5. Akses	Kemudahan akses pada Lokasi toko	Ordinal
Pelayanan (X2)		
Hardiyansyah (2022)		
Dimensi	Indikator	Skala
1. Kesederhanaan	Prosedur/tatacara Pelayanan	Ordinal
	Persyaratan Pelayanan, baik persyaratan teknis maupun administrasi.	

	Rincian biaya/tarif Pelayanan dan tatacara pembayarannya.	
	Jadwal waktu penyelesaian Pelayanan.	
2. Keamanan	Memberikan rasa aman dan nyaman dalam Pelayanan	Ordinal
3. Efisien	Melayani dengan waktu yang cepat	Ordinal
	Melayani dengan prosedur yang mudah di jalankan	
Fasilitas (X3)		
Menurut Tjiptono (2018)		
Dimensi	Indikator	Skala
1. Perancangan perencanaan yaitu	Kelayakan tempat	Ordinal
	Penataan Cahaya	
	Tempat yang layak	
2. Perlengkapan/perabotan	Adanya perlengkapan atau alat yang mendukung Fasilitas	Ordinal

3.6 Metode Pengolahan data

Data di studi ini memakai program saat menguji dampak antar variabel , data di olah secara regresi linear berganda, Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). memakai program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) 27.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Teknik analisis data di studi kuantitatif memakai statistik. Ada 2 jenis statistik yang di gunakan dalam analisis data studi yakni statistik deskriptif serta inferensial. Statistik deskriptif ialah statistik yang dipakai guna mengolah data bersama cara menggambarkan data yang terhimpun tiada bertujuan menciptakan konklusi yang berlaku umum ataupun generalisasi, (Sugiyono, 2018). Sedangkan statistik inferensial atau disebut juga statistik induktif yakni

teknik statistik dimana dimanfaatkan guna melakukan penganalisan terhadap data sampel serta hasil yang didapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2018: 148). Adapun kriteria penguji di tabel 3.1

Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif

Rentang Kategori Skor	Penafsiran	Singkatan
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju	STS
1,80 – 2,59	Tidak Setuju	TS
2,60 – 3,39	Netral	N
3,40 – 4,19	Setuju	S
4,20 – 5,00	Sangat Setuju	SS

Sumber : Sugiyono (2023)

3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Data-data yang terhimpun dari kuesioner harus diuji dan dianalisis memakai pengujian Reliabilitas dan pengujian Validitas (Wibowo, 2018: 34). Adapun kualitas data yang dijelaskan satu persatu dibawah ini :

a. Uji Validitas

Menurut (Wina & Siagian, 2020: 47) untuk mengecek sah atau valid tidaknya kuesioner itu. Dengan membandingkan r tabel dengan r hitung.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian Reliabilitas ialah uji yang dipakai dengan menunjukkan sejauh manapencapaian ukuran relatif konstan jika mengukur di studi diulangi 2 kali ataupun lebih. Di studi ini guna melihat Reliabilitas *instrument* memakai teknik dari *Alpha Cronbach*. Syarat diterima ataupun tidaknya sebuah data *reliable* ataupun *moment*, ataupun angka r tabel. Mampu diketahui memakai nilai batasan penentu, contohnya 0,6, (Wibowo, 2018:52). Sedangkan menurut Sugiyono (2023) pada uji

Reliabilitas diterima apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 sedangkan apabila *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka data tersebut tidak reliabel

Tabel 3.4 Kriteria Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	<0,20	Amat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Amat Tinggi

Sumber: (Wibowo, 2018)

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Sugiyono (2023) pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. uji asumsi klasik meliputi Uji Normalitas, Uji Mutikolenialitas dan Uji Heterokedestisitas.

a. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2023) Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian kita berasal dari populasi yang sebarannya normal. Dengan pengambilan keputusan apabila signifikan pada tabel *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* > 0,50 artinya data distribusi normal dan apabila signifikan < 0,50 artinya data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Wina & Siagian (2020) untuk mengetes ada atau tidaknya terjadi masalah multikolinearitas dengan dasar pengambilan keputusan :

1. Nilai VIF < 10.0 artinya tidak adanya terjadi gejala multikolinearitas.
2. Nilai >10.0 terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sugiyono (2023) berpendapat pengujian heteroskedastisitas mempunyai sasaran untuk menilai apakah pada model regresi mengalami ketidaksamaan varian dari residual satu observasi ke observasi lainnya. dengan pengambilan keputusan. Uji heteroskedastisitas penelitian ini menggunakan glejser dengan pengambilan keputusan :

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2023) berpendapat, analisis ini bisa diterapkan untuk menganalisis hubungan variabel terikat dan variabel bebas yang bisa menjadi persamaan regresi linier berganda.

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi

X1 = Lokasi

X2 = Pelayanan

X3 = Fasilitas

e = Standar Error

3.6.5 Uji Hipotesis

Uji ini harus dijalankan agar bias menguji kebenaran yang adakalanya mempunyai ketidakpastian dalam pernyataan (Sanusi,2019). Uji ini bias disetarakan dengan pengujian signifikansi dari koefisien regresi linear berganda secara bersamaan yang selaras dengan hipotesis penelitian. Oleh karenanya, penelitimenerapkan dua metode dalam pengujian hipotesisnya.

a. Uji T (Uji Parsial)

Pemeriksaan ini dilaksanakan kepada koefisien regresi (uji parsial)

dalam upaya meneliti apakah variabel dependen berpengaruh terhadap variabelindependen. Aturan pada percobaan ini menurut (Sanusi, 2018) yakni :

1. H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t^{hitung} \leq t^{tabel}$
2. H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t^{hitung} > t^{tabel}$

b. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Wina & Siagian (2020) dipakai agar mengetahui profit sumbangan pengaruh independen secara bersamaan kepada dependen. Koefisien determinasi (R^2) sangat dikenal sebagai koefisien determinasi yang menjadi kesatuan yang dengan koefisien r^2 . Lazimnya, R sendiri setara dengan r , namun keduanya mempunyai fungsi yang bermacam-macam. R^2 memberi penjelasan tentang proporsi variasi pada variabel terikat (Y) yang diterangkan oleh variabel bebas yang jumlahnya melebihi satu variabel secara serempak. Sementara r^2 memperkirakan kebaikan dari persamaan regresi yakni memberi persen variasi total pada variabel (Y) yang diterangkan oleh variabel (X). Kemudian, r termasuk koefisien korelasi yang menerangkan korelasi erat pada hubungan linier antara duavariabel di mana nilai yang dimunculkannya bisa negatif atau positif. Sedangkan R termasuk koefisien korelasi majemuk yang ditujukan agar bisa mengukur korelasi antara variabel (Y) dan seluruh variabel bebasnya yang menerangkan secara serempak dan nilai yang dimunculkannya selalu positif (Sanusi, 2018 : 136).

Berikut tingkat hubungan Variabel Uji Koefisien Determinasi:

Tabel 3.5 tingkat hubungan Variabel Uji Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat

0,80 - 1,000	Sangat Kuat
--------------	-------------

Sumber: Sugiyono (2023)

