

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel merupakan karakteristik yang akan di observasi dari satuan pengamatan. Variabel menjadi atribut atau sifat atau nilai atau objek kegiatan yang memiliki variasi khusus, yang dapat ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012). Variabel dapat dikatakan hal yang menjadi objek pengamatan penelitian. Kuesioner dapat disusun berdasarkan indikator variabel yang digunakan penelitian, mulai dari kompetensi, pertimbangan auditor secara professional dan bukti kualitas yang dikumpulkan. Variabel yang ada dalam penelitian ini digambarkan dengan rinci dan detail sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Sub variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Ritailing Mix	Promosi (X1)	Kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membujuk konsumen supaya berbelanja di Toko Ritel Modern Sumber Barokah	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Efektifitas media iklan</li> <li>•Kemudahan pemahaman iklan</li> <li>•Pemberian discount atau hadiah menarik</li> </ul>	(Utami, Christina Whidya, 2010)
	Lokasi (X2)	Lokasi menjadi tempat dan menyediakan saluran pelayanan yang	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Lokasi mudah dijangkau</li> <li>•Lahan</li> </ul>	(Utami, Christina Whidya, 2010)

Variabel	Sub variabel	Definisi	Indikator	Sumber
		digunakan oleh Toko Ritel Modern Sumber Barokah	parkir luas dan aman •Kebersihan lokasi terjaga	
Perilaku Konsumen	Budaya (X3)	Variabel budaya penentu keinginan paling dasar perilaku manusia yang merupakan kebiasaan masyarakat dalam memahami suatu hal serta dianggap memiliki nilai dan kebiasaan dimulai dari konsumen menerima informasi, posisi sosial mereka di masyarakat, serta pengetahuan mengenai apa saja yang mereka rasakan.	•kebiasaan konsumen mendengar •pandangan baik dan buruk terhadap produk •anjuan untuk memilih produk •	•(Kotler, philip & Keller, Kevin Lane, 2009) •Supriyono, 2015 •Nurtantiono. Andri., (2015)
	Sosial (X4)	Variabel sosial adalah sekelompok individu yang sama-sama saling mempertimbangkan persamaan didalam status atau penghargaan dari komunitas yang secara berkala selalu bersosialisasi diantara mereka.	•Mengikuti teman •Mengikuti lingkungan •Pengaruh keluarga	•(Kotler, philip & Keller, Kevin Lane, 2009) •Supriyono, 2015

Variabel	Sub variabel	Definisi	Indikator	Sumber
	Pribadi (X5)	Pribadi adalah cara mengumpulkan dan mengelompokan kekonsistenan reaksi individu terhadap situasi disekitar yang sedang terjadi	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Usia</li> <li>•Pekerjaan</li> <li>•Keadaan ekonomi/ penghasilan</li> <li>•Gaya hidup</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•(Kotler, philip &amp; Keller, Kevin Lane, 2009)</li> <li>•Supriyono, 2015</li> </ul>
Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian (Y1)	Keputusan konsumen melibatkan tindakan untuk memilih diantara dua atau lebih alternatif mengenai proses, cara, tindakan membeli, melalui pertimbangan faktor lain tentang sesuatu yang dibeli, waktu dalam membeli, serta dimana membeli, hingga bagaimana pembeliannya	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Kebutuhan terhadap produk</li> <li>•Pencarian informasi</li> <li>•Evaluasi terhadap produk</li> <li>•Keputusan memilih produk</li> </ul>	(Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, 2009)

Sumber : Utami, Christina Whidya, (2010); Kotler, philip & Keller, Kevin Lane, (2009); Supriyono, (2015); Nurtantiono. Andri., (2015)

### 3.2. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang memiliki unsur objek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang dapat dipilih oleh

peneliti sehingga dapat dipelajari dan diambil kesimpulan (Sugiyono, 2012). Jadi populasi dari penelitian ini adalah Pengunjung atau Konsumen Toko Ritel Modern Sumber Barokah yang berlokasi Jl. RA. Rukmini Tahunan Jepara .

### **3.3.2. Teknik pengambilan sampel**

Dari populasi diatas kemudian diambil sampel. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang memiliki unsur didalam populasi tersebut (Sugiyono, 2012). Dalam menentukan jumlah sampel yang diinginkan oleh peneliti, ada beberapa pertimbangan seperti jumlah populasi yang besar, keterbatasan waktu, sumber daya, dan biaya sehingga peneliti harus tepat memilih teknik pengambilan sampel yang sesuai dengan judul penelitian supaya hasilnya memuaskan dan maksimal.

Pada penelitian ini menggunakan metode teknik *accidental sampling*, dikarenakan teknik *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara tidak sengaja bertemu dilokasi atau objek penelitian telah berbelanja di toko ritel Modern sumber Barokah atau dipandang cocok dijadikan sumber data, sehingga dapat menjadi sampel penelitian.

Pada penelitian ini, populasi yang akan dijadikan ukuran besarnya berdasarkan jumlah pengunjung yang melakukan pembelian di Toko Ritel Modern Sumber Barokah selama bulan Januari – desember 2017.

Pada penelitian ini, populasi yang akan dijadikan ukuran besar tidaknya tidak diketahui secara pasti. Apabila jumlah populasi besar dan jumlahnya tidak diketahui, maka menggunakan rumus menurut Rao Purbo di kharis (2011) sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

keterangan:

$n$  = Jumlah Sampel

$Z$  = Tingkat pada Kepercayaan 95% berarti  $Z = 1,96$

$moe$  = *Margin Of Error maximum*, yaitu besarnya tingkat kesalahan yang masih ditoleransi, biasanya 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka perhitungan sampel penelitian sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas, bahwa sampel yang akan dijadikan penelitian berjumlah 96,04 dibulatkan menjadi 96 orang.

### 3.3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan kuesioner (Angket). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya (Sugiyono, 2012).

Kuesioner dalam penelitian ini berisi beberapa daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden mengenai kompetensi auditor serta pertimbangan-pertimbangan profesionalita auditor internal, pada soal kuesioner responden diberikan kebebasan dalam menjawab keseluruhan pertanyaan atau memberikan jawaban yang sesuai dengan persepsinya.

Adapun kuesioner yang akan digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua bagian, sebagai berikut:

#### 1. Pertanyaan Umum

Pertanyaan umum ini dibuat dengan bentuk pertanyaan terbuka, yang menyangkut tentang identitas responden yang meliputi: Nama, posisi jabatan, pendidikan, instansi/pekerjaan, lama bekerja dll.

#### 2. Pertanyaan Khusus

Pertanyaan khusus merupakan pertanyaan yang dapat dikaitkan dengan keahlian atau kompetensi profesionalitas auditor internal pertanyaan lain yang mempengaruhi bukti audit yang dikumpulkan dan berbentuk pertanyaan tertutup dengan variasi jawaban-jawaban yang telah ditentukan.

Alat ukur yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini dengan skala *Likert*. Fungsi skala *Likert* digunakan untuk

mengukur sikap, persepsi, dan pendapat individu atau kelompok mengenai fenomena sosial. Melalui skala *likert* maka variabel diukur dengan menjabarkan menjadi indikator variabel. Dan kemudian indikator variabel tersebut dijadikan tolak ukur dalam menyusun item-item instrument yang dapat dijadikan bahan-bahan pernyataan atau pertanyaan pada sebuah penelitian. Penggunaan skala *likert* oleh peneliti karena mudah dalam aplikasinya, lebih sederhana serta kebanyakan peneliti menggunakan skala *likert*.

Menurut (Sugiyono, 2012) jawaban setiap item yang menggunakan skala *Likert* memiliki gradasi sangat positif sampai sangat negatif serta jawaban tersebut diberi skor antara lain:

**Tabel 7**  
**Skala Likert**

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2012

### 3.4. Jenis dan Sumber Data

#### 3.2.1. Jenis data

Jenis data pada penelitian ini menggunakan penelitian survey dengan wawancara dan menyebarkan kuesioner. Serta menggunakan metodologi penelitian kuantitatif yaitu dengan metodologi yang berdasarkan data dari

hasil pengukuran berdasarkan variabel penelitian yang ada. Objek kajian dari metodologi penelitian kuantitatif adalah eksak atau ilmu pasti. Menurut Sugiyono (2009), penelitian kuantitatif ialah salah satu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang memiliki kegunaan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian serta analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### **3.2.2. Sumber data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu “Promosi, Lokasi, Budaya, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Di Toko Ritel Modern Sumber Barokah” sebagai berikut:

#### **a) Data Primer**

Menurut sugiyono (2012) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer pada penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan objek penelitian yaitu Toko Ritel Modern Sumber Barokah.

#### **b) Data sekunder**

Menurut sugiyono (2012) data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan membaca, mempelajari dan memahami media lain yang bersumber dari buku, dokumen perusahaan. Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dikarenakan peneliti mengumpulkan informasi dari pemilik Toko Ritel Modern Sumber Barokah

### 3.5. Metode Pengolahan Data

Untuk mengolah data yang sudah terkumpul peneliti memerlukan proses untuk mengelola data tersebut dengan menggunakan carta sebagai berikut:

a) Pengeditan (*Editing*)

Peneliti memproses data melewati tahap editing data, dimana peneliti memeriksa ulang data yang sudah terkumpul agar mengetahui data tersebut sudah baik atau masih kurang

b) Pemberian kode (*Coding*)

Pada tahap ini, penulis memberikan kode data untuk menterjemahkan data ke dalam kode-kode tertentu yang berbentuk angka.

c) Tabulasi (*Tabulating*)

Pada tahap ini, peneliti melakukan pemrosesan data dengan memasukan kumpulan data ke dalam tabel supaya mudah untuk pengamatan dan evaluasi. Untuk penelitian dengan tabulasi menggunakan tabel silang. Tabel silang berfungsi untuk memudahkan penggambaran pengaruh tinggi rendahnya antar variabel.

### 3.6. Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan rancangan untuk menganalisis data yang dikumpulkan dari sumber penelitian yang sebelumnya telah dilakukan pengamatan dilokasi serta dari sumber lainnya yang selanjutnya disimpulkan dan di informasikan kepada pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini. Kegiatan yang dilakukan dalam analisis data yaitu

mengelompokkan data berdasarkan variabel, jenis responden, menstabilasi data, menyajikan data, dan melakukan perhitungan untuk menguji beberapa hipotesis yang diajukan (Sugiyono, 2012).

Pada penelitian ini untuk menganalisis data menggunakan statistik dekriptif. Statistik dekriptif yaitu statistik yang berfungsi untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang terkumpul apa adanya, kemudian disimpulkan berlaku untuk umum (Sugiyono, 2012). Data kuantitatif didapatkan dari hasil jawaban yang diisi responden dari kuesioner mengenai masalah yang diangkat pada penelitian ini. Pengisian kuesioner dilakukan secara langsung oleh responden dengan memberi tanda yang sudah tercantum pada lembar kuesioner tersebut.

### **3.6.1. Analisis Regresi Linier Berganda**

Regresi Linier Berganda berfungsi sebagai penguji pengaruh Promosi, Lokasi, Budaya, Sosial, dan Pribadi terhadap terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk di Toko Ritel Modern Sumber Barokah.

Dengan persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Dimana :

Y = keputusan pembelian

a = Konstanta

$b_1, \dots, b_5$  = Koefisien Regresi Masing-Masing Variabel

$X_1$  = Promosi,  $X_2$  = Lokasi,  $X_3$  = Budaya,  $X_4$  = Sosial

$X_5$  = Pribadi

### 3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan model regresi dalam menguji hipotesis, terlebih dahulu model tersebut diuji apakah sudah memenuhi asumsi klasik atau tidak. Uji Asumsi Klasik ini terdiri dari uji Multikolinieritas, Uji Autokorelasi, Uji Heteroskedastisitas, Uji Normalitas. Dimana uji yang digunakan dapat memastikan analisis regresi linier berganda dapat diinterpretasikan (Ghozali, Imam, 2013).

#### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas memiliki tujuan untuk menguji dalam metode regresi, apakah variabel pengganggu atau *residual* memiliki distribusi normal. Uji T dan Uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka hasilnya tidak akan valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, Imam, 2013). Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, jadi model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Apabila data menyebar jauh dari diagonal serta tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk melakukan pengujian, apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen tidak berkorelasi, maka bisa dikatakan variabel-variabel tersebut ortogonal. Dan sebaliknya jika variabel independen saling berkorelasi maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independennya sama dengan nol (Ghozali, Imam, 2013)

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dari *variance* tetap, maka dapat dikatakan Homoskedastisitas, dan apabila berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, Imam, 2013).

Situasi heteroskedastisitas dapat menyebabkan beberapa penaksiran koefisien regresi tidak efisien. Sehingga untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas juga bisa dengan menggunakan uji *Rank Spearman*. Pengertian uji *Rank Spearman* adalah dengan mengkorelasikan variabel independen dengan nilai absolut dari residual signifikan. Jika signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari  $<0.05$  (5%) maka persamaan regresi akan

terjadi heteroskedastisitas dan signifikansi hasil korelasi lebih besar dari  $> 0.05$  (5%) tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, Imam, 2013).

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, Imam, 2013).

Pada pengujian autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin Watson digunakan sebagai alat untuk mengetahui ada dan tidaknya autokorelasi pada model regresi. Adapun cara untuk mendeteksi ada dan tidaknya autokorelasi melalui perhitungan nilai statistik Durbin Watson sebagai berikut:

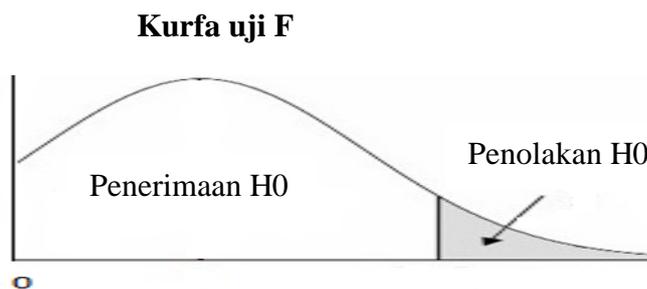
- a) Jika Durbin Watson ( $dW$ ) lebih besar dari  $(4dL)$  atau lebih kecil dari  $dL$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat autokorelasi
- b) Jika Durbin Watson ( $dW$ ) terletak Antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi
- c) Jika Durbin Watson ( $dW$ ) terletak diantara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$  maka dapat disimpulkan tidak menghasilkan kesimpulan pasti

Sehingga hasil uji Durbin Watson ( $dW$ ) tidak dapat disimpulkan, apakah terdapat autokorelasi atau tidak, maka dilanjutkan dengan menggunakan uji *Runs test*.

Uji *Runs test* merupakan bagian dari statistik non parametric berfungsi untuk menguji apakah antar residual terdapat nilai korelasi yang tinggi. Dengan syarat nilai sig. harus diatas 0.05.

### 3.6.3. Pengujian Hipotesis uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui secara simultan (bersama-sama) apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Ghozali, Imam, 2013). Adapun kurva uji F sebagai berikut:



**Gambar 3**  
**Kurva Uji F**

Pengujian ini dilakukan menggunakan uji dua arah dengan hipotesis sebagai berikut:

Rumusan hipotesis:

a.  $H_0 = X_1 = X_2 = X_3 = X_4 = 0$

Artinya variabel independen secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b.  $H_a = X_1 \neq X_2 \neq X_3 \neq X_4 \neq 0$

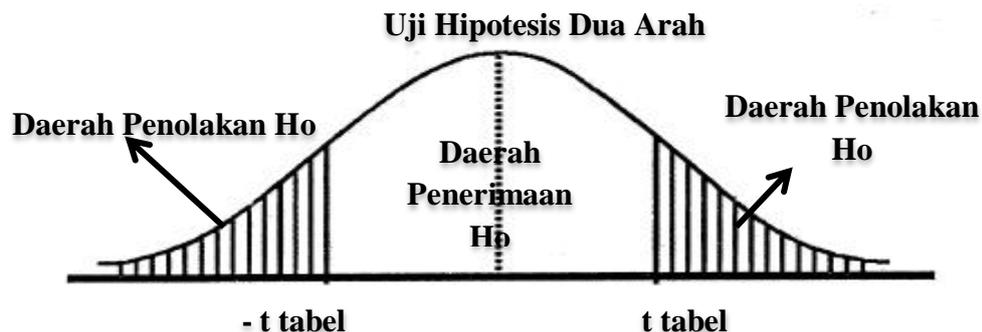
Artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk mengetahui kriteria pengujian dari uji F dapat dilihat sebagai berikut:

- a) Berdasarkan perbandingan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel, dengan kriteria sebagai berikut:
  1. Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
  2. Jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai F tabel ( $F_{hitung} < F_{tabel}$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Berdasarkan perbandingan nilai signifikansi F dengan nilai signifikansi 0,05, dengan kriteria sebagai berikut:
  - 1) Jika nilai signifikansi  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
  - 2) Jika nilai signifikansi  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima..

#### **3.6.4. Pegujian Hipotesis dengan Uji t**

Uji T memiliki tujuan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, Imam, 2013). Untuk menguji masing-masing variabel bebas promosi, lokasi, budaya, sosial dan pribadi berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan pembelian secara parsial, maka dapat dilihat berdasarkan gambar kurva uji t dan ketentuan dibawah ini:



**Gambar 4**  
**Kurva Uji t**

Adapun Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak di uji adalah apakah suatu parameter ( $b$ ) sama dengan nol dan Hipotesis alternatifnya ( $H_a$ ) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol dirumuskan sebagai berikut, atau:

1.  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$ , Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) berupa promosi, lokasi, budaya, sosial, dan pribadi terhadap keputusan pembelian konsumen.
2.  $H_0 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$ , Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) berupa promosi, lokasi, budaya, sosial, dan pribadi terhadap keputusan pembelian konsumen

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:.

1.  $H_0$  diterima, apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  pad  $\alpha = 0.05$
2.  $H_a$  diterima, apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  pad  $\alpha = 0.05$