

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari tanggal 1 Agustus sampai 28 September 2017. Adapun tempat penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah di café bray Bekasi timur. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap tingkat pendapatan.

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

Sedangkan penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang dikumpulkan untuk mencapai tujuan penelitian.

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung diperoleh dari lokasi penelitian atau objek penelitian.²

¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung; Alfabeta, 2008), h.8.

² *Ibid.* h. 225.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebar angket kepada para konsumen cafe bray Bekasi Timur.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *population* yang berarti jumlah penduduk. Dalam buku Sofian Siregar Menurut Bungin “Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan tumbuhtumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya”. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.³ Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya..⁴

Populasi merujuk kepada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁵

Pada penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen Cafe Bray Bekasi Timur. Rata-rata

³ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Rajawali Grafindo, 2010), h. 144-145.

⁴ *Ibid.* h. 80.

⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 161.

pengunjung cafe ada 40 pembeli/hari. Maka dalam waktu 3 bulan, jumlah pengunjung Café Bray 3600 konsumen.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang akan diteliti oleh penulis.⁶

Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.⁴⁹

Berdasarkan informasi yang didapat maka sampel yang digunakan adalah *sampling jenuh*. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil.

Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.⁷ Maka peneliti mengambil konsumen untuk dijadikan sampel pada penelitian ini berjumlah 40 orang.

C. Teknik Pengumpulan Data

Berbagai data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan metode, yaitu:

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pratek*, edisi revisi IV, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 1998), h. 117

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 85.

1. Metode wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam metode servey yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek.⁸

2. Metode kuesioner

Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.⁹

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Diharapkan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada setiap responden, penelitian dapat menghimpun data yang relevan dengan tujuan penelitian dan memiliki tingkat reliabilitas serta validitas yang tinggi.¹⁰

Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena tertentu. Dengan menggunakan Skala Likert, maka variabel yang

⁸ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPF, 2002), h. 152.

⁹ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 114

¹⁰ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 151.

akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator yang dapat diukur. Indikator ini dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat suatu pertanyaan/pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut:¹¹

Tabel 3.1
Alternatif Jawaban Responden

Simbol	Alternatif jawaban	Nilai
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat tidak setuju	1

D. Variabel Penelitian dan Pengukuran Data

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dibagi menjadi dua kelompok, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).

¹¹ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 138.

1. Variabel bebas(*independen*) : Produk (X1), Harga (X2), Lokasi (X3) dan Promosi (X4).
2. Variabel terikat (*dependent*): Tingkat Pendapatan (Y).

E. Teknik Analisis Data

Analisis untuk mengetahui pengaruh variabel produk, harga, lokasi dan promosi terhadap tingkat pendapatan Cafe Bray Bekasi Timur antara lain :

1. Uji Instrumen.
 - a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur.¹²

Sekiranya peneliti menggunakan kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.
- Melakukan uji coba pengukur tersebut kepada sejumlah responden. Dalam penelitian ini kuesioner akan diuji coba pada 40 orang responden, dengan alasan bahwa jumlah tersebut telah memenuhi syarat minimum.
- Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.

¹² Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 123.

- Menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total.

Nilai korelasi ini dapat diketahui dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

X = Skor untuk masing-masing pertanyaan Y =
Skor total.

N = jumlah responden.¹³

b. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, kemudian kuesioner juga perlu diuji reliabilitasnya. Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran.¹⁴ Digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.¹⁵

¹³ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 132

¹⁴ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 57

¹⁵ Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 173.

Dalam penelitian ini teknik untuk menghitung indeks reliabilitas yaitu dengan teknik *Cronbach* dengan menggunakan koefisien alfa (α).

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_e^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas instrumen.

K = Banyak butir pertanyaan atau pernyataan

σ_1^2 = Varian total.

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah butir pertanyaan atau pernyataan.

$$s = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$$

Dengan rumus varian sebagai berikut:

Dimana:

n = Jumlah responden.

X = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan atau pernyataan).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikorelasi

Uji multikorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi (gejala multikolinearitas) atau tidak. Multikorelasi adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. Uji multikorelasi perlu dilakukan jika jumlah variabel independen (variabel bebas) lebih dari satu. Menurut Wijaya, ada beberapa cara mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas, sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan memengaruhi variabel terikat.
- 2) Menganalisis korelasi di antara variabel bebas. Jika di antara variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (lebih besar dari pada 0,09), hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas.
- 3) Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai VIF (*variance-inflating faktor*). Jika $VIF < 10$, tingkat kolinieritas dapat ditoleransi.

b. Uji Heterokedastisitas.

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Asumsinya adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.¹⁶

3. Analisis Regresi Linier berganda.

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Dalam analisis regresi berganda ini mempunyai variabel bebas lebih dari satu.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (produk, harga, lokasi, dan promosi) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen muslim. Perumusan model analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, h. 70.

digunakan uji t. Rumus yang digunakan :

$$Y = a + bX + \varepsilon$$

Di mana:

Y = Tingkat Pendapatan

a = Konstanta.

b_1, b_2, b_3, b_4 = koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada Y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X).

X1 = Produk

X2 = Harga

X3 = Lokasi X4 = Promosi

e = Variabel residu¹⁷

4. Uji Statistik

a. Uji Parsial (Uji t).

Korelasi parsial dalam regresi berganda digunakan untuk melihat besarnya hubungan antara dua variabel yang bebas dari variabel lainnya. Yaitu untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (produk, harga, lokasi dan promosi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X1, X2, X3 dan X4

¹⁷ Algifari, *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: AMP YKPN, 2003), h. 236.

terhadap Y secara terpisah maka digunakan uji t. Rumus yang digunakan :

$$t = \frac{b_1}{sb_1}$$

Dimana:

t = nilai hitung

b_1 = nilai koefisien variabel independen (variabel X)

sb_1 = nilai *standard error* dari variabel independen (variabel X).

Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut :

1. Jika signifikan < 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikan > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel.¹⁸

b. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan)

¹⁸ Feddy Rangkuti, *Marketing Analysis Made Easy*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 63.

dapat berpengaruh terhadap variabel dependen¹⁹ Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel produk, harga, lokasi dan promosi mempengaruhi variabel terikatnya, yaitu keputusan pembelian.

Formula yang digunakan adalah:

$$K = n - k - 1$$

Dimana:

k = Banyaknya variabel bebas R^2 = Koefisien

determinasi. $n - k - 1$ = Derajat bebas penyebut.

Kriteria penilaian yang dapat ditetapkan adalah:

1. Jika F hitung $>$ F tabel maka variabel-variabel bebas digunakan dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat
2. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila F hitung $<$ F tabel, maka variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

¹⁹ Algifari, *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: AMP YKPN, 2003), h. 231.

c. Analisis koefisien determinasi (r^2)

Koefisien Determinasi (r^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi.²⁰

Bagaimana kemampuan variabel X (variabel independen) mempengaruhi variabel Y (variabel dependen). Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y.²¹

Nilai r^2 akan berkisar 0 sampai 1. Apabila nilai $r^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi, atau variabel X1, X2, X3, maupun X4 mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai $r^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada total varians yang diterangkan oleh varian bebas dari persamaan regresi baik X1, X2, X3 maupun X4. Seberapa besar nilai r^2 dikatakan baik atau kuat menurut Lind : nilai koefisien determinasi lebih besar dari 0,5 dikatakan sedang dan kurang dari 0,5 relatif kurang baik. Apabila mendapatkan koefisien determinasi kurang dari 0,5 ada beberapa penyebab yang mungkin salah satu di antaranya adalah spesifikasi model yang salah yaitu pemilihan

²⁰ Purwanto SK, dan Suharyadi, *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Jakarta: Salemba Empat, 2004, h. 514.

²¹ *Ibid*, h. 465.

variabel yang kurang tepat atau pengukuran yang tidak akurat.²²

²² Suharyadi et al, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), h. 515