

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

1. **Penelitian Pustaka**, penelitian ini dilakukan dengan mempelajari literatur-literatur dan sumber-sumber pustaka lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.
2. **Angket**, yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya.
3. **Wawancara**, yaitu pengumpulan data dengan tanya jawab kepada perespon yang berpedoman dengan daftar pertanyaan (angket) yang telah dipersiapkan sebelumnya.
4. **Dokumentasi**, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mencatat sesuai dengan dengan dokumentasi-dokumentasi yang tersedia dengan baik yang disediakan oleh perusahaan/tempat penelitian.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (purposive) mengingat populasi (jumlah konsumen pasar Tugu) pada Bandarlampung bersifat tidak terbatas dan tidak diketahui. Untuk itu sampel yang digunakan sebagai responden sesuai dengan kemampuan, waktu dan biaya yang

penulis miliki akan ditentukan sebanyak 70 sampel (responden). Menurut Malhotra (2008) minimal unit sampel sebanyak 4 atau 5 kali jumlah variabel yang diteliti. Jumlah variabel penelitian ini termasuk variabel terikat adalah sebanyak 7.

3.3 Definisi Operasional Variabel

1. Variabel terikat keputusan membeli/berbelanja maksudnya merupakan serangkaian tindakan konsumen dalam berbelanja dari alternatif-alternatif yang ada seperti tentang Harga, Kenyamanan, Kelengkapan produk, Kejujuran, Jarak tempuh dari rumah ke pasar.
2. Sikap konsumen terhadap harga di pasar tradisional merupakan tanggapan konsumen terhadap harga barang yang memberikan pengaruh langsung terhadap perilaku seseorang yaitu seperti harga yang murah, adanya tawar menawar, dapat menghutang
3. Kenyamanan merupakan ketenangan dan keamanan berbelanja dalam perilakunya sehingga terlihat bahwa individu-individu tersebut memiliki ketenangan dan keamanan dalam berbelanja di pasar tradisional
4. Kelengkapan produk merupakan proses penafsiran atas informasi dan stimulus untuk menciptakan gambaran tentang aspek-aspek lingkungannya seperti penilaian terhadap produk, kemudahan-kemudahan yang akan diperoleh, seperti barang dapat ditukar.
5. Kejujuran merupakan perilaku seseorang individu yang mencerminkan kepercayaan, keterbukaan, apa adanya
6. Jarak tempuh merupakan waktu yang dibutuhkan konsumen menuju pasar tempat berbelanja.

3.4 Uji Coba Alat Ukur

3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006:40).

Uji validitas instrument dilakukan dengan menguji validitas konstruk melalui penggunaan analisis faktor. Validitas konstruk menunjukkan seberapa valid hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukur atau indikator sesuai dengan konsep teori yang digunakan.

Penggunaan analisis faktor dilakukan, pertama-tama melihat nilai KMO-MSA (*Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequasi*), dan nilai signifikansi *Barlett.s Test of Sphericity* kurang dari 0,05, untuk menilai atau menguji bahwa alat ukur yang digunakan memadai. Nilai MSA menurut Sarwono (2006:208) bahwa angka MSA adalah 0-1 dengan ketentuan:

- Jika $MSA = 1$ maka variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan.
- Jika $MSA = 0,5$ maka variabel tersebut masih dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.
- Jika $MSA < 0,5$ maka variabel tersebut tidak dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut sehingga harus dibuang.

Langkah analisis faktor berikutnya, adalah melihat faktor *loading* dari masing-masing item pertanyaan atau indikator. Validitas instrument dinilai berdasarkan kriteria nilai faktor *loading item* minimal 0,4 (Hair et al, 1998:648) dan Comrey

dalam Jogiyanto (2007:124) menyatakan bahwa suatu indikator atau item membentuk suatu konstruk dengan valid dan benar, maka indikator atau item tersebut harus memuat skor yang tinggi atau nilai faktor *loading* memberikan nilai besar. Beberapa kriteria alat ukur dikatakan valid menurut Comery, yaitu:

Table 1 Kriteria Validitas pada Analisis Faktor

No	Nilai Faktor <i>Loading</i>	Kriteria
1	< 0,45	Tidak Valid
2	0,45-0,55	Cukup Valid
3	0,56-0,62	Valid
4	0,63-0,71	Sangat Valid
5	> 0,71	Memuaskan atau sangat sangat valid atau validitas sangat tinggi

Sumber: Jogiyanto (2007:124)

3.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah

- Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
- Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

3.5 Metode Analisis

Untuk mengetahui sikap konsumen di pasar Tugu Bandar Lampung dalam hubungannya dengan minat membeli penulis menggunakan metode statistik *Multiple regression* sebagai berikut.

$$Y_j = \beta_0 + \beta_1 X_{1j} + \beta_2 X_{2j} + \beta_3 X_{3j} + \beta_4 X_{4j} + \beta_5 X_{5j} + e_j$$

Dimana:

Y = Putusan Beli

β_0 = Konstanta

β_j = Koefisien regresi, dimana $j = 1, 2, 3, \dots, n$

X_1 = sikap terhadap harga.

X_2 = Sikap terhadap kenyamanan.

X_3 = Sikap terhadap kelengkapan produk

X_4 = Sikap terhadap kejujuran

X_5 = Sikap terhadap jarak tempuh

E = *error term*