

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

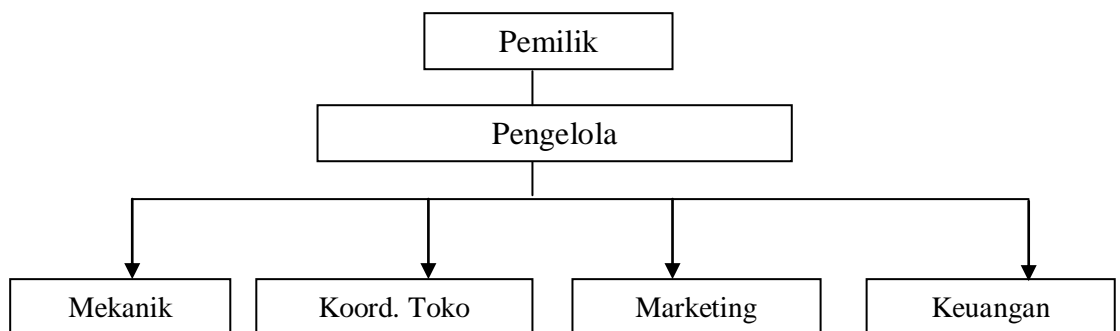
Penelitian dilaksanakan di Toko Onderdil Laksana Motor Singaparna. Adapun objek penelitian ini adalah Konsumen Toko Onderdil Laksana Motor Singaparna. Dengan ruang lingkup penelitian mengenai Pengaruh Citra Toko dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.

3.1.1 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan	: Laksana Motor
Nama Pimpinan	: Eli Sadeli
Alamat	: Jalan Alun – Alun Utara No. 112 RT 002 RW 001 Desa Singaparna Kecamatan Singaparna Kabupaten Tasikmalaya
Akte Pendirian Perusahaan	: No. 13 Tanggal 08 Desember 2015 Notaris Ningsih Suryanti SH. M.Kn
S.K Dep. Kehakiman	: No:AHU-474862.AH.01.01.TAHUN2015
Surat Ijin Usaha Perdagang (SIUP)	: No. 503/016/PK?BMPPT/I/2016
Ijin Gangguan	: 503/03315-BMPPT/2016 Tanggal 14 Januari 2016
Tanda Daftar Perusahaan (TDP)	: 10.29.1.68.08876.Tanggal 18 Januari 2016
Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)	: 74.751.832.2-425.000

3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi berfungsi untuk membantu dalam aktivitas manajemen dalam pencapaian tujuan perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi ini terlihat jelas tugas dan tanggung jawab masing-masing karyawan perusahaan dalam melakukan tugasnya. Dalam pelaksanaan setiap tugas / kinerja dalam management Toko Laksana Motor Singapura telah disusun struktur organisasi, hal ini untuk mempermudah setiap pekerjaan serta pelimpahan wewenang masing masing bagian. Berikut rincian dari struktur organisasi serta tugas masing-masing bagian :



Gambar 3.1
Struktur Organisasi
Toko Laksana Motor Singapura
Sumber : Toko Laksana Motor Singapura

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, menurut Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (2010: 3) “penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengambilan data pokok”.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas, yaitu: Citra Toko (X_1), dan Lokasi (X_2). Variabel terikat (Y), yaitu: Keputusan Pembelian. Adapun mengenai definisi operasional dan indikator dari variabel-variabel tersebut maka akan disajikan sebagai berikut.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi variable	Indikator	Sub indicator	Skala
1	2	3	4	5
Citra Toko (X_1)	kombinasi proses kognitif individu dan respon emosional konsumen yang terbentuk dari persepsi atau kenangan dari toko atau segala sesuatu yang mengingatkan konsumen mengenai toko Laksana Motor.	<ol style="list-style-type: none"> <i>Common Produst Attribute, Benefit or Attitudes</i> <i>People And Relationship</i> <i>Values And Programs</i> <i>Corporate Credibility</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi konsumen terhadap atribut Produk Persepsi konsumen terhadap keuntungan yang diperoleh Penjual melayani dengan baik Merespon keinginan konsumen Mengutamakan kepuasan Konsumen Promo potongan harga Produk yang dijual adalah produk terbaik Konsumen percaya terhadap Toko Laksana Motor 	Ordinal

Variabel	Definisi variable	Indikator	Sub indicator	Skala
1	2	3	4	5
Lokasi (X2)	Tempat Toko Laksana Motor beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan produk yang mementingkan segi ekonominya	1. Akses 2. <i>Visibilitas</i> 3. Lalu lintas (<i>traffic</i>), 4. Tempat parkir 5. Ekspansi 6. Lingkungan 7. Persaingan 8. Peraturan pemerintah	- Kemudahan menuju Toko - Mudah terlihat dari pinggir jalan - Lalu lintas disekitar Tokorelativ lancar - Ketersediaan tempat parkir yang luas - Terdapat lahan kosong - Lingkungan yang menunjang - Tidak Dekat dengan pesaing - Sesuai dengan peraturan tentang zona lokasi dan lingkungan	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seorang dapat membuat keputusan haruslah beberapa alternatif pilihan di Toko Laksana Motor	1. Memilih produk 2. Memilih merek 3. Memilih pemasok/saluran pembelian 4. Waktu pembelian 5. Metode pembayaran	- Produk sesuai kebutuhan konsumen - Kesetiaan terhadap merek - Mencari penjual - Tingkat efesiensi waktu dalam melakukan pembelian - Pembayaran mudah	Ordinal

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain :

1. *Interview* yaitu dengan cara wawancara yang dilakukan langsung dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.
2. Kuesioner yaitu pengumpulan data yang diperoleh dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti pada konsumen.
3. Studi dokumentasi teknik ini bertujuan untuk mendapatkan data sekunder, yaitu dengan cara mempelajari dokumen – dokumen yang ada di objek penelitian serta bahan – bahan bacaan berupa buku – buku manajemen serta sumber lain yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

3.2.2.1 Jenis Data

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung pada saat melakukan penelitian.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan cara studi dokumentasi, yaitu dengan cara yang digunakan dalam memperoleh data dan informasi dengan mempelajari, membaca dan mengumpulkan dokumen dan arsip perusahaan yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2012: 90) adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Toko Laksana Motor Tasikmalaya dengan jumlah konsumen sebanyak 123 konsumen dalam jangka waktu pengukuran bulan Oktober Tahun 2018.

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2012: 98) sampel adalah sebagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk menentukan ukuran sampel yang akan diambil agar mewakili seluruh populasi digunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin yang dikutip oleh Husein Umar (2011: 141) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Di mana :

N = Jumlah populasi

n = Ukuran sampel

e^2 = *standar error* ($e=10\%$)

Jadi untuk populasi (N) sebanyak 123 konsumen dengan nilai kritis yang diinginkan (e) sebesar 10% maka ukuran sampel yang digunakan adalah sebagai berikut :

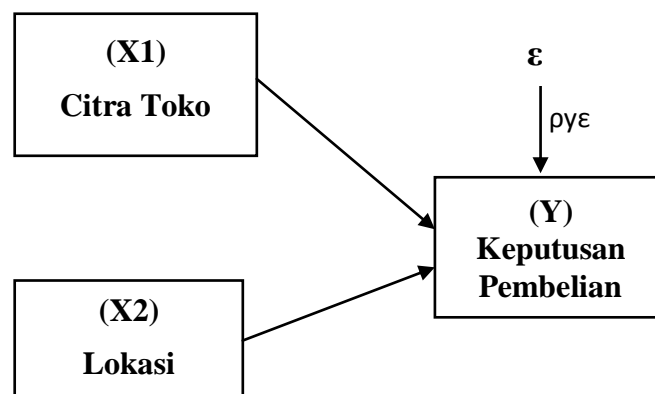
$$n = \frac{123}{1 + 123(0,1)^2} = 54,9 \Rightarrow 55$$

Berdasarkan perhitungan sampel minimal di atas, maka dalam penelitian ini ditetapkan ukuran sampel sebanyak 55 responden. Teknik pengambilan sampel

yang digunakan adalah sampling aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012: 96).

3.3 Paradigma Penelitian

Memperhatikan Citra Toko dan Lokasi sangat penting diperhatikan oleh suatu perusahaan guna meningkatkan keputusan pembelian. Maka untuk mengetahui gambaran isi secara keseluruhan, dibuatlah skema paradigma penelitian seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 3.1
Paradigma Penelitian

Keterangan :

X_1 = Citra Toko

X_2 = Lokasi

Y = Keputusan Pembelian

ϵ = Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 Alat Pengujian Instrumen

Sebelum data perolehan dianalisis perlu dilakukan uji terhadap alat pengumpulan data melalui Uji Validitas & Uji Reabilitas sbb :

a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat mengukur apa yang ingin diukur. Suatu alat ukur yang valid, mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya alat ukur yang kurang valid berarti mempunyai tingkat validitas yang rendah. Uji Validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi dari masing-masing pernyataan melalui total skor, dengan rumus korelasi *product moment*.

Prosedur uji validitas yaitu membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan ($dk=n-2$) dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$.

Kriteria pengujian :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas (pada lampiran) kepada 55 responden maka dapat diketahui bahwa item pernyataan variabel X dan variabel Y dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipakai atau dapat diandalkan. Atau menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Dengan menggunakan teknik belah dua untuk

menghitung reabilitas tersebut maka variable yang ada pada kuesioner tersebut dikelompokkan menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah penjumlahan item pertanyaan yang ganjil dan kelompok kedua adalah penjumlahan item pertanyaan yang genap. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{tot} = \frac{2(r_n)}{1+r_n} \quad (\text{Singarimbun dan Efendi, 2010 : 144})$$

Keterangan :

r_{tot} = Angka reabilitas keseluruhan item

r_n = Angka koefisien belahan ganjil dan belahan genap

Dari hasil perhitungan tersebut, maka kaidah keputusannya adalah :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan reliabel.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan gugur (tidak reliabel).

Untuk mempermudah perhitungan, uji reabilitas akan menggunakan program SPSS 21.00. Berdasarkan hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa seluruh instrument penelitian *reliable*.

3.4.2 Metode *Successive Interval*

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan *Successive Interval Method*. Menurut Al-Rasyid (2012: 12), menyatakan bahwa skala likert jenis ordinal hanya menunjukkan rangkingnya saja. Oleh karena itu, variable yang berskala ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval. Adapun langkah kerja *method of successive interval* adalah sebagai berikut :

- a. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada).
- b. Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh $P_i = F_i/n$.
- c. Jumlahan P (Proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ($P_{ki} = P_1 + P_2 + \dots + P_i$).
- d. Proporsi kumulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bias menemukan nilai Z untuk setiap kategori.
- e. Hitung SV (Scale value) = nilai skala dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Densityatlowerlimit} - \text{Densityatupperlimit}}{\text{areaunderlimit} - \text{areaunderlowerlimit}}$$

Nilai-nilai density diperoleh dari tabel ordinal distribusi norma baku.

- f. SV (*scale value*) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1)

$$\text{Transformed SV} \longrightarrow Y = SV + |SV \text{ min}|$$

3.4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Teknik pertimbangan data untuk menentukan pembobotan jawaban responden digunakan untuk menggunakan *skala likert* untuk jenis pertanyaan tertutup yang berskala normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.2
Formasi nilai, notasi dan predikat masing-masing jawaban untuk pernyataan positif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat setuju	SS	Sangat tinggi
4	Setuju	S	Tinggi
3	Tidak ada pendapat	TAP	Sedang
2	Tidak setuju	TS	Rendah
1	Sangat tidak setuju	STS	Sangat rendah

Tabel 3.3
Formasi nilai, notasi dan predikat masing-masing jawaban untuk pernyataan Negatif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
1	Sangat setuju	SS	Sangat tinggi
2	Setuju	S	Tinggi
3	Tidak ada pendapat	TAP	Sedang
4	Tidak setuju	TS	Rendah
5	Sangat tidak setuju	STS	Sangat rendah

Perhitungan hasil kuisioner dengan prosentasi dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut :

$$X = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Dimana :

X = jumlah prosentase jawaban

F = jumlah jawaban/frekuensi

N = jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan intervalnya, yaitu sebagai berikut :

$$N_{ji} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pertanyaan}} \quad (\text{Sudjana, 2010:79})$$

3.4.4 Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Hal ini dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi linier penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi: uji multikolinieritas dengan matrik korelasi antara variabel-variabel bebas, uji heterokedastis dengan menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZFRED) dengan residualnya (SRESID), uji normalitas menggunakan uji kolmogorov smirnov, dan uji autokorelasi melalui uji Durbin Watson (DW test) Warsito, (2011: 54).

a. Uji Normalisasi

Normalitas data dapat ditentukan dengan melihat histogram atau pola distribusi data normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari nilai residunya.

Proses uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Distribusi data dapat dilihat dengan membandingkan Z_{hitung} dengan Z_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika Z_{hitung} (Kolmogorov Smirnov) < Z_{tabel} , atau nilai sign > (α) 0,05 maka distribusi data dikatakan normal.
- Jika Z_{hitung} (Kolmogorov Smirnov) > Z_{tabel} , atau nilai sign < (α) 0,05 maka distribusi data dikatakan tidak normal.

Uji normalitas data juga dapat dilihat dengan memperlihatkan penyebaran data (titik) pada *P-Plot of Regression Standardizer Residual* variabel independen, dimana :

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Model regresi yang baik adalah yang mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel-variabel independen. Metode untuk mendiagnosa adanya multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

- Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.

Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas, antara lain :

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik penyebaran diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana yang variabel *dependen* tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Maksud korelasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya. Dasar pengambilan keputusan untuk uji autokorelasi :

- Angka D-W di bawah -4 berarti ada autokorelasi positif.
- Angka D-W diantara -4 sampai +4 berarti tidak ada autokorelasi.
- Angka D-W di atas +4 berarti ada autokorelasi negatif

3.4.5 Analisis Regresi Berganda

Dalam metode analisis data ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan spesifikasi model sebagai berikut:

Adapun model persamaan regresi penelitian ini adalah :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y : Variabel Keputusan Pembelian

a : Konstanta

X_1 : Variabel Citra Toko

X_2 : Variabel Lokasi

b : Koefisien regresi

e : Variabel pengganggu

3.4.6 Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2012: 150), Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat tidaknya hubungan linier antar dua variabel. Koefisien korelasi biasa dilambangkan dengan huruf r , dimana nilai r dapat bervariasi dari -1 sampai $+1$. Nilai r yang mendekati -1 atau $+1$ menunjukkan hubungan yang kuat antara dua variabel tersebut dan nilai r yang mendekati 0 mengindikasikan lemahnya hubungan antara dua variabel tersebut. Koefisien korelasi Pearson atau *Product Moment Coefficient of Correlation* adalah nilai yang menunjukkan keeratan hubungan linier dua variabel dengan skala data interval atau rasio.

Untuk menginterpretasikan kriteria nilai koefisien korelasi maka digunakan pedoman interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 3.2
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval	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 (2012 : 183)

3.4.7 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui dan menghitung besarnya pengaruh (koefisien determinasi) variable X_1 (Citra Toko) dan X_2 (Lokasi) terhadap variable Y (Keputusan Pembelian), dengan cara melakukan pengkuadratan terhadap r (koefisien korelasi) dengan rumus sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100 \% \text{ (Sugiyono : 2012 : 210)}$$

Menunjukkan besarnya pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y.

$$\begin{aligned} K_{nd} &= 100\% - Kd \\ &= 100\% - (r^2 \times 100\%) \end{aligned}$$

Menunjukkan besarnya pengaruh faktor lain selain X_1 dan X_2 terhadap Y.

3.4.8 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah untuk membuktikan pernyataan yang dikemukakan dalam perumusan hipotesis. Hipotesis akan diterima apabila hasil penelitian mendukung pernyataan hipotesis dan sebaliknya akan ditolak apabila hasil penelitian tidak mendukung pernyataan hipotesis.

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional penetapan tingkat signifikan, uji signifikan, kriteria dan penarikan kesimpulan.

1. Penetapan Hipotesis Operasional

a. Secara Simultan

$H_0 : \rho = 0$ Secara Simultan tidak ada pengaruh yang signifikan antara Citra Toko dan Lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Laksana Motor Singapura.

$H_a : \rho \neq 0$ Secara Simultan ada pengaruh yang signifikan antara Citra Toko dan Lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Laksana Motor Singapura.

b. secara parsial:

$H_{o1} : \rho = 0$ Secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara Citra Toko terhadap keputusan pembelian pada Toko Laksana Motor Singapura.

$H_{a1} : \rho \neq 0$ Secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara Citra Toko terhadap keputusan pembelian pada Toko Laksana Motor Singapura.

$H_{o2} : \rho = 0$ Secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Laksana Motor Singapura.

$H_{a2} : \rho \neq 0$ Secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Laksana Motor Singapura.

2. Penetapan Tingkat Signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 95% ($\alpha = 0,05$) dan derajat kebebasan (df) ($n-k-1$) yang merupakan tingkat signifikan yang sering digunakan dalam ilmu social yang menunjukkan ketiga variabel mempunyai korelasi cukup nyata.

3. Kriteria Uji:

Untuk menguji signifikansi dilakukan 2 pengujian, yaitu:

- a. Secara parsial menggunakan uji t
 - Jika *significance* $t < (\alpha = 0,05)$
Ho ditolak, Ha diterima
 - Jika *significance* $t > (\alpha = 0,05)$
Ho diterima, Ha ditolak
- b. Secara simultan menggunakan uji F
 - Jika *significance* $F < (\alpha = 0,05)$
Ho ditolak, Ha diterima
 - Jika *significance* $F > (\alpha = 0,05)$
Ho diterima, Ha ditolak

Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini digunakan program SPSS 21.0 dan *Microsoft Office Excel 2010*.

4. Penarikan Kesimpulan

Dari hasil analisis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan dapat diterima atau ditolak.