

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Sampel

3.1.1. Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek (individu) yang akan diwakili oleh sample untuk diteliti apa yang memotivasi konsumen dalam berbelanja di Goro Assalaam Surakarta. Populasinya disini adalah seluruh konsumen yang sedang berbelanja di Goro Assalaam Surakarta.

3.1.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa memiliki keseluruhan populasi. Dengan mengacu pada populasi yang telah ditentukan maka sample yang akan dipilih adalah konsumen yang sedang berbelanja di Goro Assalaam Surakarta. Adapun rumus pemilihan sample tersebut adalah:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{Z_{1/2\alpha}}{E} \right)^2 \quad (\text{Mason dan Lind, 1996:358})$$

Keterangan:

E : kesalahan maksimum yang diperbolehkan dan dapat ditolerir oleh peneliti

Z : luas kurva normal standar (dapat dilihat pada tabel Z),

n : jumlah sampel, untuk mengetahui berapa sampel yang akan diambil.

α : tingkat kesalahan data yang ditoleransi peneliti.

Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 5\%$ ($\alpha = 0,05$) berarti kemungkinan kesalahan dalam pengambilan sampel adalah sebesar 5% dari 100%, sehingga dapat dikatakan bahwa 95% hasil dari pengambilan sampel adalah benar dan hasil yang signifikan adalah sama. Kemudian kesalahan maksimum yang dialami oleh peneliti dalam penelitian ini adalah 10%. Dimana hal ini dapat diartikan, dengan adanya E sebesar 10% maka kesalahan maksimum yang mungkin dialami oleh peneliti dalam penelitian ini, lebih dari itu sample tidak terpakai. Dengan rumus diatas jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$n = 1/4 \cdot [3,8416/0,01]$$

$$n = 0,25 \cdot 384,16$$

$$n = 96,04 \approx 96$$

Dalam penelitian ini sampel yang akan diteliti sebanyak kurang lebih 96 responden dengan metode "*Convenience Sampling*" yaitu pemilihan anggota sampel yang mudah dijumpai di dalam lingkungan pusat perbelanjaan Goro Assalaam Surakarta.

3.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini merupakan atribut yang bermacam-macam jenisnya dan akan dinilai oleh konsumen berdasarkan karakteristiknya sehingga dapat meneliti atribut mana yang paling dominan untuk memotivasi konsumen dalam berbelanja di Goro Assalaam Surakarta. Adapun karakteristik dan atributnya meliputi:

a. Karakteristik konsumen:

1. Gender

Terdiri dari: -Laki-laki
-Perempuan

2. Umur

Terdiri dari: -dibawah 23 tahun
-24 tahun sampai 28 tahun
-lebih dari 29 tahun

3. Besar penghasilan perbulan

Terdiri dari: -Kurang dari Rp. 1.500.000,-
-Antara Rp.1.500.000,- sampai Rp.2.400.000,-
-Lebih dari Rp.2.500.000,-

b. Atribut-atributnya :

1. Harga, yaitu jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah dari produk.

2. Kenyamanan, yaitu sesuatu yang dapat dirasakan konsumen dalam berbelanja seperti: tersedianya tempat duduk untuk mengantri, kenyamanan konsumen saat mengantri diloket pembayaran, dan keleluasaan mengantri
3. Fasilitas yaitu sarana yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam berbelanja yang di berikan seperti troly, keranjang.
4. Hadiah yaitu pemberian cuma-cuma baik barang atau jasa dari swalayan kepada konsumen maupun barang atau jasa yang bisa diperoleh konsumen melalui cara undian.
5. Keamanan berbelanja yaitu jaminan yang diberikan pihak swalayan atas keamanan berbelanja konsumen, bila sewaktu-waktu ada kerusakan, kebakaran atau bahkan perampokan dapat ditanggulangi lebih dini oleh pihak swalayan.
6. Kebersihan seluruh gedung Goro Assalaam yang dapat membuat konsumen merasa nyaman untuk berbelanja.
7. Lokasi yaitu tempat dimana pusat kegiatan tersebut berada, alternatif letak dan penentuan daerah geografis yang strategis
8. Pelayanan yaitu keramahan karyawan swalayan terhadap konsumen dan kecepatan penyelesaian transaksi pada kasir

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara berfikir dan berbuat yang diharapkan dengan baik untuk mengadakan penelitian dan untuk mencapai suatu tujuan penelitian. Metode yang digunakan adalah metode kuesioner, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan secara sistematis kepada konsumen yang sedang berbelanja di Goro Assalaam. Model pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan tertutup yang telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih alternatif jawabannya sesuai dengan pendapatnya.

Bagian I : daftar pertanyaan menurut karakteristik konsumen.

- a. Gender
- b. Umur
- c. Besar Penghasilan

Bagian II: daftar pertanyaan tentang atribut yang memotivasi konsumen dalam berbelanja di Goro Assalaam Surakarta.

3.4. Metode Analisis Data

- a. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis dengan merinci dan menjelaskan secara panjang lebar keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat.

b. Analisis statistika

Analisis statistika adalah analisis yang dilaksanakan berdasarkan dengan menggunakan teknik statistika.

Adapun uji statistik yang dipergunakan adalah Uji Chi Square. Analisis ini dipergunakan untuk menguji ada tidaknya perbedaan terhadap pilihan atribut-atribut yang memotivasi konsumen untuk berbelanja di Goro Assalaam Surakarta.

Langkah-langkah pengujian yang dilakukan adalah;

a. Merumuskan hipotesis operasional:

H_0 : tidak ada perbedaan pemilihan atribut yang memotivasi konsumen untuk memilih berbelanja di Goro Assalaam Surakarta

H_a : ada perbedaan pemilihan atribut yang memotivasi konsumen untuk berbelanja di Goro Assalaam Surakarta

b. Menetapkan taraf signifikansi (α) dan atau derajat kebebasan (dk) pengujian:

Dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ ($\alpha = 0,05$) berarti kemungkinan kesalahan dalam pengambilan kesimpulan hipotesis yang diambil oleh peneliti adalah sebesar 5% dari 100%, sehingga dapat dikatakan bahwa 95% kesimpulan dari hipotesa adalah benar dan hasil yang signifikan adalah sama. Untuk menentukan derajat kebebasan(dk) dengan cara:

$$dk = (i-1) (j-1)$$

dimana: i = jumlah baris

j = jumlah kolom

kriterianya adalah:

- H_0 diterima jika X^2 hitung $< X^2$ tabel

- H_0 ditolak jika X^2 hitung $\geq X^2$ tabel

c. Menentukan pendekatan (alat) statistika yang dipergunakan dan

kriteria pengujian:

Adapun statistika yang digunakan kaid kuadrat (X^2) dengan rumus:

$$X^2 = \sum \frac{(F_o - F_h)^2}{F_h}$$

dimana: X^2 = Chi Square

F_o = frekuensi yang diperoleh dari hasil survei

F_h = frekuensi yang diharapkan

$$F_h = \frac{\text{Total Baris} \times \text{Total Kolom}}{\text{Jumlah Data}}$$

Alasan digunakan rumus kaid kuadrat adalah untuk menghitung angka atau nilai serta sebagai uji proporsi untuk dua peristiwa atau lebih

d. Mengambil keputusan

Jika X^2 hitung $< X^2$ tabel maka H_0 diterima

Jika X^2 hitung $\geq X^2$ tabel maka H_0 ditolak