

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen ilmu pemasaran khususnya mengenai pemasaran jasa yang memiliki faktor-faktor yang sangat penting untuk diperhatikan dalam pelaksanaan pemasaran produk yang disertai jasa. Pemasaran jasa (*service marketing*) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *People* (orang), *Process* (proses), dan *Physical evidence* (bukti fisik) (Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner, 2003:26). Adapun *People* (orang), *Process* (proses), dan *Physical evidence* (bukti fisik) yang akan diteliti adalah perkembangan *People*, *Process*, dan *Physical evidence* yang dilaksanakan Pasar Sederhana selama beberapa tahun kebelakang hingga tahun 2006.

Penelitian yang berjudul “Pengaruh *People*, *Process*, dan *Physical Evidence* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Tradisional Kota Bandung” memiliki dua variabel, yaitu :

1. *People*, *Process*, dan *Physical evidence* sebagai variabel (x) yang bersifat *independent* (bebas).
2. Proses keputusan pembelian konsumen sebagai variabel (y) yang bersifat *dependent* (terikat).

Sub variabel dari *people* (X1) adalah *employee* (pegawai/pedagang) dan *communicating* (komunikasi). Sub variabel dari *process* (X2) adalah *flow of activities* (rangkaian aktivitas). Sub variabel dari *process* (X3) adalah *facility*

design (desain fasilitas), *signage* (pola pengaturan), dan *equipment* (peralatan). Sedangkan sub variabel dari proses keputusan pembelian adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Adapun *People*, *Process*, *Physical evidence*, dan proses keputusan pembelian konsumen yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah unsur 3P dan proses keputusan pembelian konsumen di salah satu pasar tradisional yaitu Pasar Sederhana. Objek yang dijadikan responden adalah konsumen Pasar Sederhana dengan klasifikasi ibu rumah tangga dari berbagai jenjang usia. Persyaratan responden adalah konsumen yang sedang berbelanja di Pasar Sederhana dan bertemu dengan peneliti di daerah *check point*. Penelitian lebih difokuskan pada penerapan *People*, *Process*, *Physical evidence* terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada Pasar Sederhana di Kota Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Sifat dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis penelitian yaitu verifikatif dan deskriptif. Jenis penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *People*, *Process*, *Physical evidence* terhadap keputusan pembelian konsumen (sesuai dengan tujuan penelitian no 5). Jenis penelitian deskriptif digunakan dengan maksud memuat gambaran secara terstruktur mengenai fakta-fakta yang akan diteliti yang

berkaitan dengan pelaksanaan *People, Process, Physical evidence* yang berpengaruh kepada keputusan pembelian konsumen di Pasar Sederhana dan tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan *People, Process, Physical evidence* tersebut (sesuai dengan tujuan penelitian no.1 sampai dengan no.4).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan metode *explanatory survey*. Informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik, hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana populasi yang bersangkutan terhadap objek penelitian ini. Penelitian tersebut dilakukan kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang digunakan adalah *Cross-sectional*, dimana sampelnya adalah konsumen Pasar Sederhana yang memiliki klasifikasi ibu rumah tangga. Responden akan menilai penerapan penerapan *People, Process, Physical evidence* kemudian diukur pengaruhnya terhadap proses keputusan pembelian konsumen.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penjelasan definisi dari variabel pokok penelitian diperlukan agar tidak terjadi salah pengertian atau kekeliruan penafsiran terhadap variabel yang akan diteliti. Masalah yang diteliti dalam objek penelitian ini adalah *people, process*, dan *physical evidence* yang terdapat di pasar Sederhana sebagai variabel bebas (*independent*) dan proses keputusan pembelian konsumennya sebagai variabel terikat (*dependent*). Pengaruh variabel-variabel tersebut dapat dianalisis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian yang dijelaskan dalam tabel operasionalisasi variabel (hal 38).

OVAR



OVAR



OVAR



3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data Penelitian di Pasar Sederhana

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
Perkembangan industri ritel tahun 2006	Sekunder	SWA No.05/XXII/9-22 Maret 2006, hal.22
Proporsi pasar ritel di Indonesia	Sekunder	AC Nielsen/Aprindo, Majalah Marketing, 12/V/Desember 2005
Omset penjualan di pasar tradisional tahun 2006	Sekunder	Liputan 6 Siang SCTV, Minggu 2 September 2006
Tingkat pertumbuhan industri ritel di Asia Tenggara	Sekunder	Media Indonesia, Kamis 31 Agustus, hal.3
Tingkat konsumsi masyarakat Indonesia tahun 2005 & 2006	Sekunder	Kompas, dalam artikel Bisnis dan Keuangan, Kamis 31 Agustus 2006, hal.21
Pertumbuhan ritel tradisional dan ritel modern	Sekunder	Media Indonesia, Kamis 31 Agustus 2006, hal.3
Target dan realisasi pendapatan Pasar Sederhana tahun 1999-2006	Sekunder	Dinas Pengelolaan Pasar
Rekapitulasi potensi penjualan di Pasar Sederhana	Sekunder	Dinas Pengelolaan Pasar
Sejarah perusahaan	Sekunder	Dinas Pengelolaan Pasar
Struktur organisasi	Sekunder	Dinas Pengelolaan Pasar
Jenis dan produk yang dijual		

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2004:72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun pengertian populasi menurut Sudjana (2000:66), "Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin hasil menghitung atau pengukuran kuantitatif maupun kualitas mengenai karakteristik-karakteristik

tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang dipelajari sifat-sifatnya.”

Berdasarkan pengertian tersebut, maka penulis menentukan konsumen pada penelitian ini dibatasi dengan karakteristik konsumen ibu rumah tangga yang mengunjungi Pasar Sederhana. Rata-rata jumlah konsumen ibu rumah tangga yang mengunjungi Pasar Sederhana dalam satu minggu adalah 3.128 orang.

3.2.4.2 Sampel

Populasi pada penelitian ini tidak diambil secara keseluruhan untuk diteliti. Hal tersebut disebabkan adanya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia, sehingga peneliti menggunakan sebagian dari populasi yang ditentukan sebagai sampel, hal ini seperti yang diungkapkan Sugiyono (2004:73). Sampel yang diambil diharapkan dapat mewakili (*representatif*) yang kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Hal tersebut senada dengan pernyataan Marsi Singarimbun (1995:149).

Bahwa tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi, karena disamping memakan biaya yang cukup besar juga membutuhkan waktu yang lama. Dengan meneliti sebagian populasi kita mengharapkan hasil yang didapat akan dapat menggambarkan hasil populasi yang bersangkutan.

Suharsimi Arikunto (2002:102) menyatakan bahwa ”Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Dengan semikian, sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari konsumen ibu rumah tangga yang mengunjungi Pasar Sederhana. Data yang diperoleh dari hasil pra penelitian berupa populasi berukuran 3.128 orang. Dalam

menentukan jumlah sampel pada penelitian ini, penulis menggunakan rumus sebagai berikut.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad (\text{Harun Al Rasyid, 1994:44})$$

sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[\frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2 \quad (\text{Harun Al Rasyid, 1994:44})$$

Keterangan :

N = Populasi = 3.128

N = Ukuran sampel

n_0 = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit.

S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Emperical Rule*

δ = *Bound of error* yang bisa ditolerir/dikehendaki sebesar 5%

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

- a. Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- b. Nilai tertinggi skor responden : $(30 \times 5) = 150$
- c. Nilai terendah skor responden : $(30 \times 1) = 30$
- d. Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah
 $= 150 - 30 = 120$

- e. S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviator*) diperoleh:

$$S = (0,21)(120) = 25,2$$

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai n_0 terlebih dahulu, yaitu :

Diketahui :

$$N = 3.128$$

$$\alpha = 0,05$$

$$\delta = 5 \%$$

$$Z = \left[1 - \frac{\alpha}{2} \right] = 0,975 = 1,96$$

$$S = 25,2$$

$$n_0 = \left[\frac{Z \left(1 - \frac{\alpha}{2} \right) S}{\delta} \right]^2$$

$$n_0 = \left[\frac{(1,96)(25,2)}{5} \right]^2$$

$$n_0 = \left[\frac{(43,392)}{5} \right]^2$$

$$n_0 = [9,8784]^2 = 97,58278656$$

$$n = \frac{97,58}{1 + \frac{97,58}{3128}}$$

$$n = \frac{97,58}{1,03119565} = 94,63 = 95$$

Berdasarkan perhitungan diatas, ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat kepercayaan 5%, maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 95 responden. Sampel yang digunakan akan ditambah sebanyak 5 sampel untuk keperluan penelitian, sehingga ukuran sampelnya menjadi 100.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam peneliti. Hal tersebut senada dengan pendapat Sugiyono (2004:73), bahwa teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel dan populasi pada penelitian, dan teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *Systemathic Random Sampling* karena responden dianggap homogen dan merupakan populasi yang bergerak (*mobile population*).

Penelitian ini mendeskripsikan observasi yang dilakukan pada Pasar Sederhana dan salah satu kelompok konsumen Pasar Sederhana, yaitu ibu rumah tangga. Sedangkan unit analisisnya adalah *People, Process, dan Physical evidence* pada Pasar Sederhana yang bergerak dalam industri *retail*. Dengan menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, penulis menentukan sampel penelitian sebesar 100 responden. Untuk mendapatkan data, maka digunakan cara yang sistematis dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Tentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang dijadikan populasi sasaran adalah seluruh konsumen ibu rumah tangga di Pasar Sederhana Kota Bandung.
2. Tentukan tempat tertentu sebagai *check point*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *check point* adalah pintu utama Pasar Sederhana.
3. Tentukan waktu yang digunakan untuk menentukan sampling, waktu yang digunakan peneliti adalah pukul 07.00-12.00 WIB setiap hari.
4. Melaksanakan orientasi secara cermat, terutama pada *check point*, orientasi ini dijadikan dasar untuk menentukan interval pemilihan pertama atau dasar kepadatan pengunjung, berdasarkan prapenelitian maka rata-rata jumlah konsumen ibu rumah tangga yang mengunjungi Pasar Sederhana dalam 1 minggu adalah 3.128 orang.
5. Tentukan ukuran sample, rumus yang digunakan untuk mencari ukuran sample dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Harun Al Rasyid, sehingga setelah dihitung diperoleh sample berukuran 100.
6. data tersebut selanjutnya digunakan untuk menentukan interval pemilihan pertama dengan menggunakan rumus $I = N/n$ jadi $3128 = 3128/100 = 31,28 = 31$, setelah diketahui interval maka penyebaran dilakukan secara acak, pada hari yang telah ditentukan untuk *check point*, mulai dari konsumen ke 132 (karena random dilakukan dari konsumen ke-31) untuk selanjutnya adalah konsumen yang memiliki nomor urut ganjil akan ditanya dan diberi kuesioner untuk diisi hingga ukuran sampel terpenuhi. Untuk penyebaran kuesioner

yang dilakukan setiap hari selama seminggu dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut.

TABEL 3.3
PENYEBARAN PROPORSI SAMPEL SETIAP HARI SELAMA
SEMINGGU UNTUK KONSUMEN IBU RUMAH TANGGA PADA PASAR
SEDERHANA KOTA BANDUNG

Hari	Jumlah Penumpang Setiap Hari Selama Seminggu	Sampel	Jumlah
Senin	437	$437/3128 \times 157$	22
Selasa	398	$398/3128 \times 157$	20
Rabu	241	$241/3128 \times 157$	12
Kamis	465	$465/3128 \times 157$	23
Jum'at	217	$217/3128 \times 157$	11
Sabtu	576	$576/3128 \times 157$	29
Minggu	794	$794/3128 \times 157$	40
Total	3.128		

Sumber : Hasil Observasi di Lapangan

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang diperoleh penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara terstruktur, merupakan teknik komunikasi langsung dengan subyek yang menjadi sumber informasi untuk memperoleh data yang diperlukan dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang sudah disiapkan. Wawancara ditujukan pada Kepala Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bandung yang berlokasi di Pasar Sederhana, Kepala Pasar Sederhana, pedagang dan konsumen Pasar Sederhana yang diwawancara pada waktu pra penelitian dilakukan..

2. Kuesioner, merupakan alat pengumpul data dengan membuat pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan langsung dengan pengaruh *people, process, physical evidence* terhadap proses keputusan pembelian konsumen yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan cara memilih jawaban yang tersedia sesuai dengan keinginan responden. Daftar pertanyaan dibuat dalam bentuk sederhana dengan metode pertanyaan terbuka yang diberikan kepada konsumen ibu rumah tangga di Pasar Sederhana Kota Bandung.
3. Dokumen, merupakan teknik pengumpulan data sekunder yang dilakukan dengan cara mencatat dokumen-dokumen yang berhubungan dengan jumlah target dan pendapatan Pasar Sederhana, jumlah potensi berdagang yang aktif dan tidak aktif, serta jumlah pengunjung Pasar Sederhana.
4. Observasi, merupakan pengamatan langsung terhadap lokasi Pasar Sederhana dan kegiatan yang berlangsung di Pasar Sederhana yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti dan tanggapan konsumen terhadap proses keputusan pembelian di Pasar Sederhana.
5. Studi literature, merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrument, dimana suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2002:145).

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka variabel independen yang dianalisis adalah *People, Process, Physical evidence*. Sedangkan variabel dependen adalah proses keputusan pembelian yang disebut sebagai variabel Y. Dalam penelitian ini akan diuji seberapa besar pengaruh *People, Process, Physical evidence* Pasar Sederhana terhadap proses keputusan pembelian konsumen dengan memperhatikan karakteristik variabel yang diuji.

Perhitungan yang digunakan melalui perhitungan regresi dan korelasi untuk kedua variabel. Pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen X terhadap variabel dependen Y, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hipotesis mayor yang diajukan adalah sebagai berikut : pengaruh *People, Process, Physical evidence* terhadap proses keputusan pembelian konsumen, jika hipotesis penelitian dinyatakan ke dalam hipotesis statistik adalah

$$H_0 : \rho_{yx1} = \rho_{yx2} = \rho_{yx3} = 0$$

$$H_1 : \rho_{xy} \neq 0, i = 1,2,3$$

Statistik uji yang digunakan

$$F = \frac{R^2(n-m-1)}{m(1-R^2)}$$

Sedangkan r^2 adalah koefisien determinasi dari korelasi variabel X dan Y dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_1^2 - (\sum y_1)^2\}}}$$

Kriteria uji tolak H_0 jika $F > F_{\alpha} : (K, n-K-1)$ dengan $F_{\alpha} : (K, n-K-1)$ diperoleh tabulasi distribusi F dengan $\alpha = 5\%$, derajat bebasnya $ab_1=k$, dan $ab_2=n-k-1$, jika hipotesis mayor dalam penelitian signifikan, maka selanjutnya dapat dilakukan pengujian untuk hipotesis minor yaitu :

1. Pengelolaan *employees, customers, dan communicating* berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian
2. Penentuan *flow of activities* berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian
3. Penentuan *facility design, signage, dan equipment* berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian

Hipotesis tersebut dalam statistik adalah sebagai berikut :

1. $H_0 : \rho_{yx1} \leq 0$ melawan $H_1 : \rho_{yx1} > 0$
2. $H_0 : \rho_{yx2} \leq 0$ melawan $H_2 : \rho_{yx2} > 0$
3. $H_0 : \rho_{yx3} \leq 0$ melawan $H_3 : \rho_{yx3} > 0$

Statistik uji untuk setiap hipotesis tersebut adalah

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n} + \frac{s_2^2}{n} - 2r \left(\frac{s_1}{\sqrt{n_1}} \right) \left(\frac{s_2}{\sqrt{n_2}} \right)}}$$

3.2.7 Teknik Analisis Data

Pengolahan data yang terkumpul dari hasil wawancara dan kuesioner dapat dikelompokkan menjadi 3 langkah yaitu persiapan, tabulasi dan penempatan data pada pendekatan penelitian.

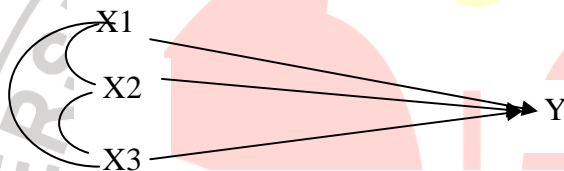
Pada tahap persiapan, kegiatan yang dilakukan berupa pengumpulan dan pemeriksaan kelengkapan lembar kuesioner dan memberikan nilai (*scoring*). Sesuai dengan sistem penelitian yang telah ditetapkan, kuesioner tertutup dengan menggunakan skala nominal 4, nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel independen x_1 , x_2 , x_3 dan variabel dependen y , sebagai berikut : (x_1,y) , (x_2,y) , dan (x_3,y) diasumsikan berhubungan secara linier dari data tabulasi pendekatan yang digunakan peneliti dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

People, Process, dan Physical evidence yang terdapat di pasar Sederhana diolah dengan cara menganalisis setiap responden melalui butir-butir pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner untuk melihat hasil penelitian (positif/negatif). Responden terhadap pelaksanaan variabel tersebut diteliti dengan menggunakan analisis likart. Sedangkan untuk menganalisis hubungan korelatif digunakan analisis matrik yang ditunjukkan dengan analisis jalur (*path analysis*). Sesuai keperluan pengujian data dari variabel penelitian mempunyai skala yang sama yaitu skala ordinal.

Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif variabel yang bersifat kualitatif dan pengujian hipotesis melalui uji statistik untuk analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif ditekankan untuk mengungkapkan variabel penelitian. Sedangkan analisis deskriptif atau kualitatif digunakan untuk menganalisis perilaku faktor penyebab. Metode analisis yang digunakan berupa cross-sectional analisis yang bersifat komprehensif. Untuk keperluan penelitian maka peneliti menggunakan langkah-langkah sebagai berikut. Sesuai dengan

operasionalisasi variabel diperoleh nilai variabel tersebut. Data mengenai *People*, *Process*, *Physical evidence* dan proses keputusan pembelian adalah data yang bersekala ordinal melalui pertanyaan tertutup (*closed-and question*). Setiap item ditentukan dengan menggunakan peringkat yang terdiri dari 4 alternatif jawaban.

Sedangkan untuk meneliti pengaruh antar variabel-variabel penelitian terhadap proses keputusan pembelian, peneliti menerapkan data tabulasi ke dalam pendekatan penelitian dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) seperti yang dijelaskan dalam Gambar 3.1 (hal.42) berikut ini.



GAMBAR 3.1
PARADIGAMA PENGARUH VARIABEL X DAN Y

Dalam hal ini $P_{Y X1}$, $P_{Y X2}$ $P_{Y X3}$ merupakan koefisien jalur, struktur gabungan variabel dinyatakan dalam persamaan regresi yaitu :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_4X_4$$

$$P_{X1} = b_{yx1} \sqrt{\frac{\sum_{k=i}^n x1k}{\sum_{k=i}^n yh^2}} \quad i = 1, \dots, 4$$

Koefisien regresi b_0 , b_1 , ... b_4 dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$B = \begin{vmatrix} b1 \\ b2 \\ b3 \\ b4 \end{vmatrix} = (X^T X)^{-1} Y^T y$$