

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, objek dan lokasi penelitian adalah ritel tradisional dan ritel modern yang berlokasi di Kecamatan Tawangharjo Kabupaten Grobogan.

3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk suatu masalah yang pokok dalam suatu riset khusus. (Supomo, 1999). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Tawangharjo, yang pernah berbelanja di ritel tradisional dan ritel modern.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi (Supomo, 1999:115). Sampel dalam penelitian ini adalah warga masyarakat yang pernah berbelanja di ritel tradisional dan ritel modern dalam 6 bulan terakhir. Secara umum besarnya sampel yang diperlukan sangat dipengaruhi oleh *maximum error* (e) dan derajat kepercayaan dalam penafsiran populasi tersebut, sehingga besarnya

sampel dapat diketahui (Hadi, 2004). Apabila ditetapkan tingkat kepercayaan sebesar 95 % dan error 5 %, maka besar sampel dapat dihitung:

$$e = 1,96 \frac{p(1-p)}{\sqrt{n}}$$



Dalam rumus di atas nilai p belum diketahui, untuk itu dicari nilai maximum p yang besarnya di antara 0 – 1. Jika diketahui nilai z pada tingkat kepercayaan 95% adalah 1,96 maka besarnya sampelnya adalah:

$$\begin{aligned}n &= [p(1 - p)]^2 \left(\frac{1,96}{e} \right)^2 \\ &= [0,5(1 - 0,5)]^2 \left(\frac{1,96}{0,05} \right)^2 \\ &= 96,04\end{aligned}$$

Jika besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini, sebesar 96,04 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penelitian ini digunakan metode *purposive sampling* yaitu metode memilih sampel yang berdasarkan pada kriteria tertentu, yaitu masyarakat Kecamatan Tawangharjo, yang pernah berbelanja di ritel tradisional dan ritel modern, masing-masing minimal 3 (tiga) kali.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang dipergunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyek (Tjiptono, 2001). Dalam penelitian ini yang termasuk dalam data primer adalah data tentang tanggapan responden mengenai persepsi terhadap ritel tradisional dan ritel modern. Data primer menurut Kotler (2004) merupakan data yang diperoleh secara langsung dari warga masyarakat

melalui kuesioner. Dalam hal ini data primer dimaksud meliputi; identitas responden, persepsi responden terhadap ritel tradisional dan ritel modern, yang meliputi; produk, harga, promosi, tempat, orang, sarana fisik dan proses.

Kuesioner akan dibagikan secara langsung kepada warga masyarakat kecamatan Tawangharjo yang sudah memenuhi kriteria, dan pembagian kuesioner dilakukan di pusat perekonomian yang terletak di desa Tawangharjo tepatnya dekat perempatan jalan Ngantru yang di sepanjang jalan tersebut terdapat berbagai ritel tradisional maupun ritel modern.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk data primer adalah kuesioner, yang disusun dengan menggunakan skala Likert. Metode pengukuran skala Likert yang digunakan adalah:

1. Sangat setuju : Skor jawaban 5
2. Setuju : Skor jawaban 4
3. Netral : Skor jawaban 3
4. Tidak setuju : Skor jawaban 2
5. Sangat tidak setuju : Skor jawaban 1

Dalam penelitian ini rumus untuk menentukan rentang skala, peneliti menggunakan rumus: $\text{Range} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{range skor}}$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Dengan demikian, rentang interval dalam penelitian ini adalah:

1,00 - 1,79	= Sangat Tidak Setuju
1,80 - 2,59	= Sangat Setuju
2,60 - 3,39	= Netral
3,40 - 4,19	= Setuju
4,20 - 5,00	= Sangat Setuju

3.5. Metode Analisis Data

Sebelum dilakukan analisis ke dalam statistik deskriptif dan statistik inferensial, maka harus dipastikan dulu bahwa item atau butir pertanyaan dalam kuesioner penelitian dinyatakan valid dan reliabel dalam uji instrumen data.

3.6. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. (Ghozali, 2011). Uji validitas akan menggunakan rumus korelasi *product moment* dari Pearson.

Menurut Bulaeng (2004:189) uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya item suatu pertanyaan dalam kuesioner. Suatu item dalam kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS. Apabila koefisien korelasi > dari

nilai *Corrected Item-Total correlation* atau r-tabel, maka menunjukkan nilai item yang valid, dan sebaliknya.

Validitas dari indikator dianalisis dengan menggunakan sampel sebanyak 30, sehingga koefisien r-kritik dengan $N=30$ pada alpha sebesar 5 persen, sebesar 0,361. Jika r-hitung > dari r-tabel dan nilai r positif maka masing-masing indikator dinyatakan valid (Ghozali, 2016). Di bawah ini disajikan tabel hasil uji validitas masing-masing indikator per variabel yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.1
Hasil Pengujian Validitas Variabel Produk

Variabel Penelitian	Butir Pertanyaan	Nilai r	r-tabel 5%	Ket
Produk pada Retail Modern	Butir No. 1	0,7722	0,361	Valid
	Butir No. 2	0,6822	0,361	Valid
	Butir No. 3	0,6637	0,361	Valid
	Butir No. 4	0,5628	0,361	Valid
Produk pada Retail Tradisional	Butir No. 1	0,7099	0,361	Valid
	Butir No. 2	0,6543	0,361	Valid
	Butir No. 3	0,7237	0,361	Valid
	Butir No. 4	0,7246	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Hasil analisis faktor pada butir-butir pertanyaan pada variabel produk pada retail modern menunjukkan koefisien validitas (nilai-r) berkisar antara 0,5628 sampai dengan 0,7722, dan nilai r-tabel 5% sebesar 0,361, sehingga seluruh butir pertanyaan pada variabel produk pada retail modern dinyatakan valid. Tabel di atas juga memperlihatkan analisis faktor pada butir-butir pertanyaan pada variabel produk pada retail tradisional menunjukkan koefisien validitas (nilai-r) berkisar antara 0,6543 sampai dengan 0,7246, dan

nilai r-tabel 5% sebesar 0,361, sehingga seluruh butir pertanyaan pada variabel produk pada retail tradisional dinyatakan valid.

Tabel 3.2
Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga

Variabel Penelitian	Butir Pertanyaan	Nilai r	r-tabel 5%	Ket
Harga Retail Modern	Butir No. 1	0,6469	0,361	Valid
	Butir No. 2	0,7256	0,361	Valid
	Butir No. 3	0,5207	0,361	Valid
Harga Retail Tradisional	Butir No. 1	0,7077	0,361	Valid
	Butir No. 2	0,7140	0,361	Valid
	Butir No. 3	0,5033	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Hasil analisis faktor pada butir-butir pertanyaan pada variabel harga pada retail modern menunjukkan koefisien validitas (nilai-r) berkisar antara 0,5207 sampai dengan 0,7256, dan nilai r-tabel 5% sebesar 0,361, sehingga seluruh butir pertanyaan pada variabel harga pada retail modern dinyatakan valid. Tabel di atas juga memperlihatkan analisis faktor pada butir-butir pertanyaan pada variabel harga pada retail tradisional menunjukkan koefisien validitas (nilai-r) berkisar antara 0,5033 sampai dengan 0,7140, dan nilai r-tabel 5% sebesar 0,361, sehingga seluruh butir pertanyaan pada variabel harga pada retail tradisional dinyatakan valid.

Tabel 3.3
 Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi

Variabel Penelitian	Butir Pertanyaan	Nilai r	r-tabel 5%	Ket
Promosi Retail Modern	Butir No. 1	0,5803	0,361	Valid
	Butir No. 2	0,7218	0,361	Valid
	Butir No. 3	0,7925	0,361	Valid
	Butir No. 4	0,7399	0,361	Valid
	Butir No. 5	0,6429	0,361	Valid
	Butir No. 6	0,6738	0,361	Valid
Promosi Retail Tradisional	Butir No. 1	0,6576	0,361	Valid
	Butir No. 2	0,5738	0,361	Valid
	Butir No. 3	0,6804	0,361	Valid
	Butir No. 4	0,6819	0,361	Valid
	Butir No. 5	0,7310	0,361	Valid
	Butir No. 6	0,5661	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Hasil analisis faktor pada butir-butir pertanyaan pada variabel promosi pada retail modern menunjukkan koefisien validitas (nilai-r) berkisar antara 0,5803 sampai dengan 0,7925, dan nilai r-tabel 5% sebesar 0,361. Tampak bahwa seluruh nilai $r > 0,361$, sehingga inferensi yang diambil adalah seluruh butir pertanyaan untuk variabel promosi pada retail modern dinyatakan valid. Tabel di atas juga memperlihatkan analisis faktor pada butir-butir pertanyaan pada variabel promosi pada retail tradisional menunjukkan koefisien validitas (nilai-r) berkisar antara 0,5661 sampai dengan 0,7310, dan nilai r-tabel 5% sebesar 0,361, sehingga seluruh butir pertanyaan pada variabel promosi pada retail tradisional dinyatakan valid.

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas Variabel Tempat

Variabel Penelitian	Butir Pertanyaan	Nilai r	r-tabel 5%	Ket
Tempat pada Retail Modern	Butir No. 1	0,6736	0,361	Valid
	Butir No. 2	0,7199	0,361	Valid
	Butir No. 3	0,5866	0,361	Valid
	Butir No. 4	0,8306	0,361	Valid
Tempat pada Retail Tradisional	Butir No. 1	0,6337	0,361	Valid
	Butir No. 2	0,7344	0,361	Valid
	Butir No. 3	0,6751	0,361	Valid
	Butir No. 4	0,7558	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Hasil analisis faktor pada butir-butir pertanyaan pada variabel tempat menunjukkan koefisien validitas (nilai-r) berkisar antara 0,5866 sampai dengan 0,8306, dan nilai r-tabel 5% sebesar 0,361. Tampak bahwa seluruh nilai $r > 0,361$, sehingga inferensi yang diambil adalah seluruh butir pertanyaan untuk variabel tempat dinyatakan valid.

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas Variabel Orang

Variabel Penelitian	Butir Pertanyaan	Nilai r	r-tabel 5%	Ket
Orang pada Retail Modern	Butir No. 1	0,7125	0,361	Valid
	Butir No. 2	0,6463	0,361	Valid
	Butir No. 3	0,7707	0,361	Valid
	Butir No. 4	0,6019	0,361	Valid
	Butir No. 5	0,6672	0,361	Valid
Orang pada Retail Tradisional	Butir No. 1	0,7262	0,361	Valid
	Butir No. 2	0,5755	0,361	Valid
	Butir No. 3	0,7418	0,361	Valid
	Butir No. 4	0,7132	0,361	Valid
	Butir No. 5	0,8547	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Hasil analisis faktor pada butir-butir pertanyaan pada variabel orang menunjukkan koefisien validitas (nilai-r) berkisar antara 0,5755 sampai

dengan 0,8547, dan nilai r-tabel 5% sebesar 0,361. Seluruh nilai $r > 0,361$, sehingga inferensi yang diambil adalah seluruh butir pertanyaan untuk variabel orang dinyatakan valid.

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Validitas Variabel Sarana Fisik

Variabel Penelitian	Butir Pertanyaan	Nilai r	r-tabel 5%	Ket
Sarana Fisik pada Retail Modern	Butir No. 1	0,5841	0,361	Valid
	Butir No. 2	0,8111	0,361	Valid
	Butir No. 3	0,8537	0,361	Valid
	Butir No. 4	0,8145	0,361	Valid
	Butir No. 5	0,5971	0,361	Valid
	Butir No. 6	0,7690	0,361	Valid
	Butir No. 7	0,6011	0,361	Valid
	Butir No. 8	0,6442	0,361	Valid
	Butir No. 9	0,7161	0,361	Valid
Sarana Fisik pada Retail Tradisional	Butir No. 1	0,6809	0,361	Valid
	Butir No. 2	0,8185	0,361	Valid
	Butir No. 3	0,7681	0,361	Valid
	Butir No. 4	0,7634	0,361	Valid
	Butir No. 5	0,8025	0,361	Valid
	Butir No. 6	0,7493	0,361	Valid
	Butir No. 7	0,7650	0,361	Valid
	Butir No. 8	0,7988	0,361	Valid
	Butir No. 9	0,6946	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Hasil analisis faktor pada butir-butir pertanyaan pada variabel sarana fisik menunjukkan koefisien validitas (nilai-r) berkisar antara 0,5841 sampai dengan 0,8537, dan nilai r-tabel 5% sebesar 0,361. Tampak bahwa seluruh nilai $r > 0,361$, sehingga inferensi yang diambil adalah seluruh butir pertanyaan untuk variabel sarana fisik dinyatakan valid.

Tabel 3.7
 Hasil Pengujian Validitas Variabel Proses

Variabel Penelitian	Butir Pertanyaan	Nilai r	r-tabel 5%	Ket
Proses pada Retail Modern	Butir No. 1	0,7564	0,361	Valid
	Butir No. 2	0,9183	0,361	Valid
	Butir No. 3	0,8631	0,361	Valid
	Butir No. 4	0,8067	0,361	Valid
	Butir No. 5	0,5306	0,361	Valid
Proses pada Retail Tradisional	Butir No. 1	0,8433	0,361	Valid
	Butir No. 2	0,8441	0,361	Valid
	Butir No. 3	0,6460	0,361	Valid
	Butir No. 4	0,7195	0,361	Valid
	Butir No. 5	0,5772	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Hasil analisis faktor pada butir-butir pertanyaan pada variabel proses menunjukkan koefisien validitas (nilai-r) berkisar antara 0,5306 sampai dengan 0,9183, dan nilai r-tabel 5% sebesar 0,361. Tampak bahwa seluruh nilai $r > 0,361$, sehingga inferensi yang diambil adalah seluruh butir pertanyaan untuk variabel proses dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011) Cara yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian inia adalah *One shot* atau pengukuran sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain dengan menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan handal (reliabel) jika koefisien alpha $> 0,7$.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kehandalan dari suatu alat ukur (kuisisioner) dalam mengukur suatu variabel. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang, terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016).

Pengujian reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha* > 0,70. Semakin tinggi realibilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Adapun hasil uji reliabilitas penelitian ini sebagai berikut.

Tabel 3.8
Hasil Pengujian Reliabilitas

Nama Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Alpha	Ket
Produk	0,8919	0,70	Reliabel
Harga	0,8464	0,70	Reliabel
Promosi	0,9199	0,70	Reliabel
Tempat	0,9060	0,70	Reliabel
Orang	0,9148	0,70	Reliabel
Sarana Fisik	0,9537	0,70	Reliabel
Proses	0,9290	0,70	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Dari tabel di atas diperlihatkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai koefisien *Cronbach alpha* di atas 0,70, sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel pada kuisisioner dinyatakan reliabel, dan selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel penelitian tersebut layak digunakan sebagai alat ukur, serta dapat diteruskan untuk tahapan analisis data.

Berdasarkan uji instrumen data di atas yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas sebelumnya, maka dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan

dapat dikategorikan valid, dan semua variabel penelitian dikatakan reliabel (dapat diandalkan).

3.7. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2008:5) analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dengan demikian peneliti hanya akan menggambarkan persepsi responden mengenai; persepsi responden tentang ritel tradisional dan ritel modern yang meliputi dimensi; produk, harga, promosi, tempat, orang, sarana fisik dan proses, tanpa ada pretensi untuk menjadikannya sebagai sesuatu yang dapat digeneralisasi, sehingga temuan penelitian ini lebih mengarah pada studi kasus.

Penelitian ini menggunakan analisis data secara deskriptif, khususnya mengenai indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian. Analisis deskriptif ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis indeks, untuk menggambarkan tanggapan responden atas item-item pertanyaan yang diajukan. Dalam penelitian ini digunakan teknik skoring yaitu nilai minimal 1 dan nilai maksimal 5, sehingga perhitungan indeks jawaban responden dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks: } ((F1 \times 1) + (F2 \times 2) + (F3 \times 3) + (F4 \times 4) + (F5 \times 5)) / 100$$

Di mana:

F1 adalah persentase responden yang menjawab skor 1, F2 adalah persentase responden yang menjawab skor 2, F3 adalah persentase responden

yang menjawab skor 3, dan seterusnya hingga F5 untuk menjawab skor 5 dalam kuesioner penelitian ini.

Sebagai ilustrasi metode analisis data penelitian nantinya, maka disajikan tabel deskripsi sebagai berikut.

Indikator produk	Frekuensi Responden					Rata-rata Skor	Kategori
	1	2	3	4	5		
Produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan saya							
Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya							
Kualitas produk yang ditawarkan mampu memenuhi harapan saya							
Usaha yang saya lakukan untuk mendapatkan produk tergolong mudah							
Rata-rata Skor							

3.8. Uji Inferensial

Pengujian beda rata-rata (*mean*) antara persepsi konsumen terhadap retail modern dengan persepsi konsumen terhadap retail tradisional akan menggunakan rumus *paired sample t-test*. Adapun kaidah uji beda berlaku adalah:

- a. Jika $\text{sig} \leq 0,05$, maka terdapat perbedaan persepsi masyarakat terhadap retail modern dengan retail tradisional
- b. Jika $\text{sig} > 0,05$, maka tidak terdapat perbedaan persepsi masyarakat terhadap retail modern dengan retail tradisional