

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **1.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang dimana data penelitian berupa angka-angka dan di analisis menggunakan statistik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*. Penelitian *survey* merupakan penelitian yang mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menanyakan melalui angket atau interview supaya nantinya menggambarkan berbagai aspek dari populasi (Faenkel dan Wallen, 1990). Tujuan dari metode ini adalah untuk memperoleh informasi mengenai hal yang akan diteliti kepada sejumlah responden yang dianggap mewakili suatu populasi.

### **3.2 Obyek dan Sumber Data Penelitian**

Obyek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

Menurut Sugiyono (2014: 20) objek penelitian merupakan sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu).

Maka Objek penelitian dalam penelitian ini adalah cafe-cafe yang memiliki mesin roasting dan cafe yang hanya membeli green bean kemudian sangrainya di tempat roasting. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan November-Desember 2020.

### **3.3 Variabel , Operasionalisasi, dan Pengukuran**

#### **3.3.1 Variabel**

Menurut Sugiyono (2013:59) mendefinisikan bahwa yang dimaksud dengan variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen (X), variabel dependen (Y), dan variabel. Penjelasannya:

### 3.3.1.1 Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyanto (2012:39), variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia variabel ini sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas produk, promosi, harga dan kepercayaan.

### 3.3.1.2 Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyanto (2012:39), variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuensi. Dalam Bahasa Indonesia variabel ini sering diebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian.

## 3.3.2 Operasionalisasi

**Tabel 3.1**  
**Definisi operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas produk (X1)	Kualitas Produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas (Handoko, 2002:23).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan (<i>Reliability</i>)</li> <li>2. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance</i>)</li> <li>3. Daya tahan (<i>Durability</i>)</li> </ol> Tjiptono (2012) dan Selfi Stefani (2013)
2.	Promosi (X2)	Menurut Suryana, (2001:112) Promosi adalah cara mengkomunikasikan barang dan jasa yang di tawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frekuensi penjualan</li> <li>2. Kualitas promosi</li> <li>3. Ketepatan waktu</li> <li>4. Waktu promosi</li> </ol> Kotler dan Keller (2009)

3.	Harga (X3)	Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Sabran, (2009:67), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya saing harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>4. Keterjangkauan harga</li> </ol> <p style="text-align: center;">Stanton (1998)</p>
5	Kepercayaan (X4)	Menurut Chu (2003) mendefinisikan kepercayaan sebagai sifat percaya yang didasari pada integritas dan reliabilitas serta ketergantungan antara konsumen dengan penyedia.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Integritas (integrity)</li> <li>2. Kebaikan (Benevolence)</li> <li>3. Kompetensi (competence)</li> </ol> <p style="text-align: center;">Gefen (dalam yee dan Faziharudean,2010)</p>
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler dan Amstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Yakin dalam membeli</li> <li>5. Mencari informasi</li> <li>6. Merencanakan pembelian</li> <li>7. Sesuai keinginan</li> </ol> <p style="text-align: center;">Akbar dan Nizar (2011)</p>

### 3.3.3 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert. Menurut Djaali (2008:28) skala likert merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena. Pengisian kuesioner yang disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan dan responden diminta untuk mengisi daftar pertanyaan tersebut dengan cara memberi tanda silang ( X ) pada lembar jawaban kuesioner. Berikut adalah ukuran skala likert:

1. Sangat setuju diberi skor 5
2. Setuju diberi skor 4
3. Netral diberi skor 3
4. Tidak setuju diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju diberi skor 1

Selanjutnya dari keseluruhan nilai yang dikumpulkan akan dijumlahkan. Seluruh skor yang diperoleh kemudian dilakukan perhitungan regresi untuk mencari pengaruh antar variabel yang satu dengan yang lain.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang obyektif, valid dan dapat dipercaya, dalam penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2015), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Atau data yang diambil langsung dari responden yaitu Roaster, customer cafe, dan pecinta kopi. Bentuk alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara dan pembagian kuesioner yang dikembangkan oleh peneliti. Pada kuesioner ini akan terdapat pengelompokan pertanyaan yang akan menjadi alat ukur dalam melakukan penelitian ini. Validitas yang dipergunakan dalam alat ukur penelitian ini adalah validitas isi (*content validity*) yaitu butir-butir pertanyaan disusun sesuai dengan definisi dari variabel-variabel yang akan diukur.

### **3.5 Prosedur Analisis**

#### **3.5.1 Analisis Deskriptif**

Menurut Sugiyono (2016:147) teknik analisis deskriptif adalah statistik 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. Metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk mendapatkan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan mengenai indikator-indikator dalam variabel yang ada pada peneliti.

### 3.5.2. Uji Validitas

Ghozali (2011) menyatakan uji validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah/valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam penelitian ini, metode validitas yang digunakan adalah construct validity atau validitas konstruk yang merupakan tipe validitas yang mempertanyakan apakah konstruk atau karakteristik dapat diukur secara akurat oleh indikator-indikatornya. Dimana daftar kuesioner yang telah diisi oleh responden dan akan diuji hasilnya guna menunjukkan valid tidaknya suatu data. Bila valid, ketetapan pengukuran data tersebut akan semakin tepat alat ukur tersebut. Dalam penelitian ini ada dua cara untuk memutuskan valid atau tidaknya suatu data, yaitu:

Pertama, menggunakan analisis *Bivariate Pearson* (korelasi produk moment pearson), analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $r \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika  $r \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Nilai df adalah degree of freedom ( $v = n-2$ ) dengan n adalah banyaknya pengamatan. Nilai t tabel adalah nilai  $t(\alpha, v)$  yang merupakan nilai *quantitatif* dengan luasan kanan sebesar  $\alpha$  di bawah kurva distribusi student  $-t$  dengan  $v=n-2$ .

Kedua, pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai P value atau signifikansi  $< 0,05$  maka item atau pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya (Ghozali, 2016).

### 3.5.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel (Ghozali, 2013). Menurut Anwar (1997) reliabilitas adalah sejauh mana hasil sebuah pengukuran dapat dipercaya dan dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda, apabila dilakukan kembali kepada subyek yang sama. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode internal *consistency reliability* atau reliabilitas konsisten internal, yaitu suatu pendekatan untuk menaksirkan konsistensi internal dari kumpulan item atau indikator dimana beberapa item dijumlahkan untuk menghasilkan skor total untuk skala. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan pengukuran sekali (*one shot*), dimana pengukuran variabelnya hanya dilakukan sekali kemudian hasil dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Sugiyono, 2014). Uji reliabilitas instrumen dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. *Cronbach alpha* digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interitem atau menguji konsistensi responden dalam merespon seluruh item. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 (Imam Ghozali, 2005). Ketidakkonsistenan mungkin dapat terjadi karena persepsi responden atau kurang pemahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

### 3.5.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup:

#### 3.5.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak normal (Ghozali, 2011:160) Model distribusi data yang baik adalah memiliki distribusi normal. Menurut Ghozali (2013), model regresi yang baik adalah memiliki penyebaran data statistik yang beraturan pada garis diagonal dari grafik distribusi normal atau dengan melihat signifikansi  $> 0,05$ .

Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji histogram, uji normal P Plot, kurtosis atau uji kolmogorov smirnov. One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil One Sample Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal

#### 3.5.4.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah regresi terdapat korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Nilai cutoff yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance*  $\leq 10$  atau sama dengan nilai *VIF*  $\geq 10$ .

#### 3.5.4.3 Uji Autokorelasi

Menurut Imam Ghozali (2011:110). Uji autokorelasi bertujuan untuk apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada priode t dengan kesalahan pengganggu pada priode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sring ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada seorang individu atau kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu atau kelompok yang sama pada priode berikutnya. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi.

1) Uji Durbin-Watson (DW test) hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag diantara variabel independen.

2) Uji Lagrange Multiplier (LM test) digunakan untuk sampel besar diatas 100 observasi. Uji ini memang lebih tepat digunakan dibandingkan uji DW terutama bila sampel yang digunakan relative besar dan derajat autokorelasi lebih dari satu.

#### 3.5.4.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tepat, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar) (Ghozali, 2011).

Cara menganalisis heteroskedastisitas dengan melihat grafik *scatter plot* dimana:

- a. Jika penyebaran data pada *scatter plot* teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, dan mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem heteroskedastisitas.
- b. Jika penyebaran data pada *scatter plot* tidak teratur atau tidak membentuk pola tertentu (naik turun, dan mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

#### 3.5.4.5 Uji Korelasi Berganda (R) Dan Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji korelasi berganda digunakan untuk menguji keeratan hubungan variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Berikut ini tabel perhitungan korelasi berganda dengan menggunakan program statistic SPSS. Ghozali (2013) koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) anatar 0 (nol) dan 1 (satu).

Perhitungan Analisis Korelasi Berganda (R) dinyatakan dengan nilai koefisien korelasi berganda atau nilai R. Koefisien Korelasi Berganda (R) menunjukkan keeratan hubungan antara variabel bebas secara serentak (simultan)

terhadap variabel terikat. Perhitungan Analisis Determinan ( $R^2$ ) dinyatakan dengan nilai koefisien determinan atau nilai  $R^2$  atau nilai R Square. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  atau nilai R Square dapat melihat besaran kontribusi atau andil sumbangan seluruh variable bebas (X) terhadap variable terikat (Y).

#### 3.5.4.6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan regresi linier dengan menggunakan sebuah variabel terikat (Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2$ ) persamaan dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

- Y = keputusan pembelian a
- = bilangan konstanta b
- = koefisien regresi
- $X_1$  = Kualitas produk
- $X_2$  = Promosi
- $X_3$  = Kepercayaan merek  $X_4$
- = Kepuasan konsumen e
- = Error

Menurut Agus Widarjono (2010:16) ada dua pendekatan di dalam mengestimasi persamaan regresi berganda, yaitu :

1. Secara menyeluruh (simultan). Metode ini dilakukan dengan memasukan semua variabel independen kemudian baru dievaluasi variabel independen mana yang berpengaruh (signifikan) terhadap variabel dependen.
2. Secara bertahap (*stepwise*). Metode ini dilakukan dengan menyeleksi secara otomatis hanya dengan varibel-variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen.

### 3.5.5 Uji Statistik

#### 3.5.5.1 Uji *t*

Uji statistik *t* menurut Ghozali (2013) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

#### 3.5.5.2 Uji *F*

Priyanto (2008) uji statistik *F* pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau variabel independen tidak secara bersama.