

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian *explanatory research* (penjelasan) (Sugiyono, 2013:122), alasan karena penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis yang dirumuskan atau sering kali disebut sebagai penelitian penjelas. Dalam penelitian ini terdapat hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis ini menggambarkan hubungan antara dua variabel yakni variabel bebas dan variabel terikat, untuk mengetahui apakah suatu variabel berasosiasi ataukah tidak dengan variabel yang lainnya, atau apakah variabel dipengaruhi atau tidak oleh variabel yang lainnya. Dengan demikian dalam penelitian ini hipotesis yang dirumuskan akan diuji untuk mengetahui adanya Nasi Kulit Syuurga.

3.2. Definisi Operasional Variabel

Setelah ditetapkan mana variabel bebas (*Independent variabel*) dan variabel terikat (*Dependent variabel*) maka akan dilakukan penjelasan atau pendefinisian terhadap masing-masing variabel yang digunakan.

3.2.1. Variabel Bebas (*Independent variabel/X*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu:

1. Atribut Produk

Suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli. Apabila suatu produk memiliki atribut atau sifat-sifat yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pembelinya maka produk tersebut akan dianggap cocok oleh konsumen. Indikator atribut produk diketahui sebagai berikut :

- a. Kualitas Produk
- b. Fitur Produk
- c. Gaya & Desain produk

2. Kualitas Pelayanan

Merupakan persepsi konsumen terhadap tingkat atau derajat pelayanan yang diberikan pihak Nasi Kulit Syuurgayang didasarkan pada pandangan atau persepsi konsumen tentang pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen. Adapun penelitian ini menggunakan 5 (lima) indikator yaitu:

- a. Bukti fisik (saranan fisik);
- b. Keandalan;
- c. Daya Tanggap;

- d. Jaminan.
- e. Perhatian

3.2.2. Variabel Terikat (*Dependent variabel/Y*)

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang akan membuat konsumen secara aktual mempertimbangkan segala sesuatu dan pada akhirnya konsumen membeli produk yang paling mereka sukai. Indikator pada keputusan pembelian adalah :

1. Pemilihan produk
2. Pemilihan merek
3. Pilihan penyalur
4. Waktu pembelian
5. Jumlah pembelian
6. Metode pembayaran

3.2.3 Skala pengukuran

Adapun pengukuran yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel tersebut adalah pengukuran ordinal yaitu yang memungkinkan peneliti untuk mengurutkan responden dari tingkat paling rendah ke tingkat paling tinggi menurut suatu atribut tertentu. Selanjutnya ukuran ordinal dapat dikerjakan melalui penyusunan skala dengan menggunakan teknik pengukuran angket yaitu dengan Skala Likert dimana masing-masing pertanyaan diberi skor 1 sampai dengan 5 dengan bobot nilai dari masing-masing jawaban adalah sebagai berikut Dalam

penelitian ini digunakan dua skala pengukuran. Berikut skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4
Skala Pengukuran Data

Pertanyaan	Nomor Pertanyaan	Skala Pengukuran	Pilihan Jawaban
Atribut Produk	1 - 5	Interval-Likert Scale	1) Sangat tidak setuju 2) Tidak setuju 3) Netral 4) Setuju 5) Sangat setuju
Kualitas Pelayanan	6 - 10	Interval-Likert Scale	1) Sangat tidak setuju 2) Tidak setuju 3) Netral 4) Setuju 5) Sangat setuju
Keputusan Pembelian	11- 16	Interval-Likert Scale	1) Sangat tidak setuju 2) Tidak setuju 3) Netral 4) Setuju 5) Sangat setuju

Sumber data : Diolah

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Item
1.	Atribut Produk (X_1) (Kotler & Armstrong, 2008:272)	A. Kualitas Produk B. Fitur Produk C. Gaya & Desain produk	1. Rasa Makanan 2. Rasa Minuman 3. Penciptaan suasana restoran 4. Pilihan menu makanan 5. Tampilan sajian makanan 6. Tampilan sajian minuman
2.	Kualitas Pelayanan (X_2) (Fandy Tjiptono, 2008:86)	1. Bukti fisik 2. Keandalan 3. Daya Tanggap 4. Jaminan 5. Perhatian	1. Penampilan Karyawan 2. Tempat Parkir 3. Kelengkapan Fasilitas 4. Kebersihan 5. Lokasi 6. Kecepatan Pelayanan 7. Ketepatan Pelayanan

			8. Keramahan Karyawan 9. Pemahaman Kebutuhan Pelanggan 10. Kenyamanan Pelanggan
3.	Keputusan Pembelian (Y) (Kotler & Keller, 2008:184)	1. Pemilihan produk 2. Pemilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian 6. Metode pembayaran	1. Memilih produk berdasarkan kualitas produk 2. Memilih produk berdasarkan keragaman produk 3. Memilih produk berdasarkan kepercayaan merek 4. Memilih produk berdasarkan reputasi merek 5. Memilih penyalur berdasarkan lokasi mudah dijangkau 6. Memilih penyalur berdasarkan ketersediaan produk 7. Waktu pembelian produk berdasarkan adanya promosi 8. Memutuskan membeli berdasarkan waktu pembelian sesuai dengan kebutuhan 9. Jumlah pembelian berdasarkan sesuai kebutuhan 10. Keragaman produk mempengaruhi jumlah pembelian 11. Memutuskan membeli dengan metode pembayaran tunai

			12. Memutuskan membeli dengan metode pembayaran debit
--	--	--	---

Sumber : Data Diolah, 2021

3.3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap". Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk di restoran Nasi Kulit Syuurga.

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel disebut juga bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* yaitu

teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Ciri-ciri populasi yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu responden adalah konsumen yang pernah membeli produk makanan dan minuman di restoran, konsumen berusia di atas 17 tahun. Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui dicari dengan menggunakan rumus Malhotra yaitu minimal 4 atau 5 dikalikan jumlah sub peubah yang ada. Dari rumus Malhotra tersebut, dapat dilakukan perhitungan untuk mencari jumlah sampel yaitu :

$$\begin{aligned}n &= 5 \times \text{jumlah sub peubah} \\ &= 5 \times 16 \\ &= 80\end{aligned}$$

Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 80 responden.

3.4. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif yaitu data yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2012). Data kuantitatif dalam penelitian ini berupa jawaban dari para responden yang diperoleh dengan menggunakan angket atau kuesioner, dan kemudian data tersebut diproses menggunakan statistik.

2. Sumber Data

Data primer merupakan data yang di dapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden, dalam hal ini adalah konsumen di restoran Nasi Kulit Syuurga.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner (Angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan dan pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Data diperoleh dengan memberikan angket kepada konsumen di restoran Nasi Kulit Syuurga.

3.6. Metode Analisis Dan Hipotesis

3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian validitas dan reliabilitas adalah proses menguji butir-butir pertanyaan yang ada didalam kuesioner, apakah isi dari butir pertanyaan tersebut valid dan reliabel. Apabila terdapat butir-butir yang tidak valid dan reliabel, maka butir-butir tersebut dibuang dan diganti dengan pertanyaan yang lain. Untuk menguji kuesioner dalam penelitian ini menggunakan analisis *SPSS*.

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana tingkat ketepatan penggunaan alat ukur tersebut terhadap gejala yang ingin diukur. Menurut Arikunto (2010:211) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrumen dikatakan valid jika mempunyai validitas yang tinggi. Suatu instrument dikatakan kurang valid jika memiliki validitas rendah. Sebuah instrument valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Dimana r hitung dapat ditentukan dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\left[n \sum x^2 - (\sum x)^2 \right] \left[n \sum y^2 - (\sum y)^2 \right]}$$

Dimana :

n = Banyaknya sampel

x = Skor kuesioner atau item

y = Skor total atau total variable

r = Nilai validitas atau koefisien korelasi

Dalam mengukur validitas, peneliti menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* yang berguna untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Apabila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka instrumen dinyatakan valid dan apabila probabilitas hasil korelasi lebih besar dari

0,05 (5%), maka instrumen dinyatakan tidak valid. Selain itu dapat dilakukan dengan membandingkan

- a. $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka butir atau variabel tersebut valid.
- b. $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kemantapan, keajegan dan ketepatan suatu alat ukur atau uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran relatif konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang. Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban kebutuhan aktualisasi diri konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hal ini berarti bahwa suatu alat ukur memiliki reliabilitas sempurna apabila hasil pengukuran diujikan berkali – kali terhadap subyek yang sama selalu menunjukkan hasil atau skor yang sama. Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut mempunyai kendala dalam pengukuran rumus yang digunakan adalah rumus *koefisien alpha*.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2 t} \right]$$

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen r

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

$\sigma^2 t$ = Varian total t

Setelah dilakukan perhitungan maka suatu instrumen dapat dikatakan reliabel bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,6. Apabila Alpha lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel atau sebaliknya.

3.7 Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, kuisioner, dan dokumentasi dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit – unit, melakukan sintesa menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan di peajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2011 : 233). Analisis data deskriptif dapat dilakukan dalam empat langkah dengan tujuan untuk membantu menganalisis data dalam bentuk angka menjadi kalimat deskriptif, (Sugiyono, 2008 : 95).

3.7.1 Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah persamaan regresi linier berganda bias atau tidak atau Best Linier Unbiased Estimator (BLUES). Keempat asumsi ekonometri yang digunakan yaitu:

1. Multikolinieritas

Untuk dapat mengetahui apakah estimasi persamaan regresi terdapat gejala multikolinieritas adalah dengan koefisien antar variabel indepeden menurut Santoso (2012:207), apabila nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor*-nya (*VIF*) berada disekitar angka 1 (satu), maka suatu model regresi bebas dari problem multikolinieritas.

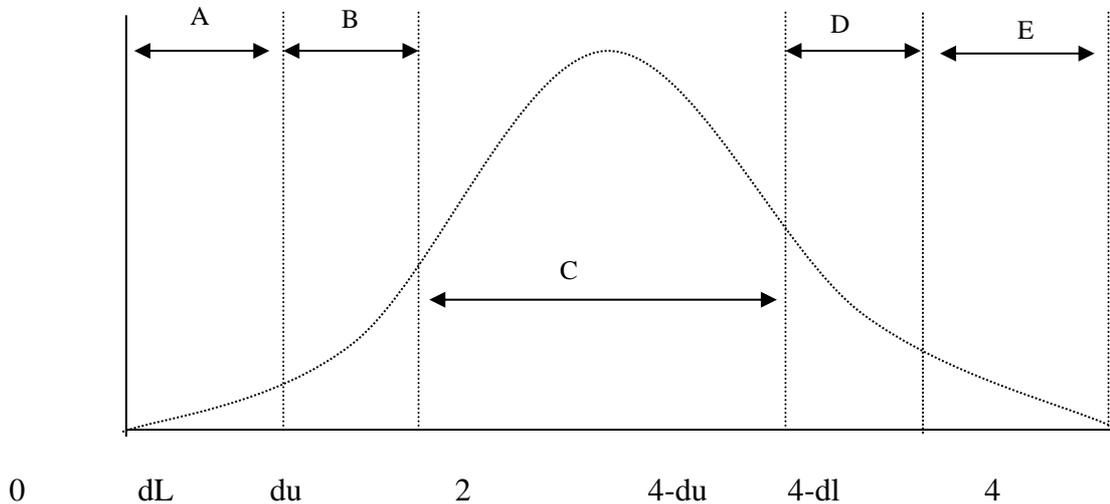
2. Gejala Heteroskedastisitas

Jika varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka terjadi Homokedastisitas. Dalam sebuah model regresi perlu dilakukan deteksi apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain atau biasa disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas. Menurut Santoso (2012:201) dasar pengambilan keputusan apakah terjadi Heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit) maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
 - b. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.
3. Gejala autokorelasi

Digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Menurut Gujarati (2012:216) untuk mendeteksi autokorelasi dapat digunakan angka Durbin-Watson (D-W) yang secara umum bisa diambil patokan gambar sebagai berikut :

Gambar 3.1
Klasifikasi Nilai *Durbin-Watson (D-W)*



Keterangan :

A = $0 < d_l$: Menolak H_0 (ada autokorelasi positif)

B = $d_l < d_u$: Daerah keragu-raguan

C = $d_u < 4 - d_u$: Menerima H_0 (tidak ada autokorelasi positif/negatif)

D = $4 - d_u < 4 - d_l$: Daerah keragu-raguan

E = $4 - d_l < 4$: Menolak H_0 (ada autokorelasi negatif)

4. Normalitas

Untuk menguji dalam sebuah regresi, apakah residual atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu suatu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel pada variabel yang lain. Terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Formula untuk regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2008:277) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

$b_1 - b_2$ = Koefisien regresi yang hendak ditafsirkan

X_1 = Variabel Atribut Produk

X_2 = Variabel Kualitas Pelayanan

e = error

3.7.3 Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji dilakukan untuk menguji pengaruh signifikan antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2012), uji t dapat dicari dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\sqrt{n - k - 1}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Dimana :

n = jumlah data atau kasus

k = jumlah variabel bebas

r = koefisien korelasi parsial

Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan menggunakan tingkat signifikan $t < 0.05$ (5%) dan pada tingkat derajat bebas $df = n - k - 1$, dengan kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel} (\alpha/2, df)$ atau signifikan $t > 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} (\alpha/2, df)$ atau signifikan $t < 0,05$ maka H_0 ditolak.

2. Uji F (Uji Model / Uji Serempak)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh signifikan antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2012), uji F dapat dicari dengan rumus :

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

Dimana :

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independent

n = Jumlah sampel

F = F_{hitung} , yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

Kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut:

Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}} (\alpha/2, df)$ atau signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} (\alpha/2, df)$ atau signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak.

3.7.4 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Dalam penelitian ini perhitungan koefisien determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas (Atribut Produk, Kualitas Pelayanan) dalam menjelaskan variabel terikat (Keputusan Pembelian).