

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi (*explanatory research*), menurut Singarimbun dan Effendi (2012), penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis.

Skala pengukuran menggunakan skala Bipolar Adjective, metode pengumpulan data dengan cara angket, serta studi literatur. Metode analisis data yang di gunakan adalah analisis deskriptif, Koefisien Determinan (R^2), dan Uji t. analisis regresi linier berganda Data di olah menggunakan SPSS versi 22. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pada Rumah Makan Geprek Bangsus Jombang.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini di lakukan pada konsumen Rumah Makan Geprek Bangsus di Jl. Jkgung. Suprpto No.10, Kepanjen Kec. Jombang, Kabupaten Jombang. Sedangkan obyek yang di ambil dalam penelitian ini adalah pengaruh harga, *Kualitas makanan* (kualitas makanan) dan lokasi terhadap keputusan pembelian

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

a. Definisi Operasional

1. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

1) Harga (X1)

Mengacu pada konsep dari Kotler (2009) harga dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kesesuaian manfaat produk yang diukur dengan menggunakan indikator (Kotler dan Gary, 2012) yaitu :

1. Persepsi pelanggan geprek Bangsus tentang kesesuaian harga dengan kualitas yang dirasakan
2. Persepsi pelanggan tentang efektifitas ketersediaan daftar harga meliputi : daftar harga memberikan informasi tentang variasi harga dan menu
3. Potongan Harga Khusus persepsi pelanggan tentang potongan harga atau diskon yang diberikan Ayam Geprek Bangsus
4. Harga yang dipersepsikan persepsi pelanggan tentang harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima

2) *Kualitas makanan (X2)*

Mengacu pada konsep dari Kotler dan Amstrong (2004) kualitas produk dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi konsumen tentang kemampuan kinerja produk Geprek Bangsus dalam menjalankan fungsinya yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen yang diukur dengan menggunakan indikator (Essinger & Wylie, 2003) yaitu :

1. Kualitas dalam hal rasa, persepsi konsumen tentang cita rasa yang sesuai keinginan konsumen.
2. Kuantitas atau porsi masakan, persepsi konsumen tentang kuantitas di ukur dengan porsi makanan yang sesuai dengan keinginan.
3. Variasi menu, persepsi konsumen mengenai variasi menu masakan yang disajikan dari bermacam – macam jenis masakan dan variasi jenis masakan yang beraneka ragam.
4. Cita rasa yang khas, persepsi konsumen tentang keunikan/kekhasan makanan
5. Higienitas, persepsi konsumen mengenai kebersihan dalam proses pengolahan dan penyajian
6. Inovasi, persepsi konsumen mengenai rasa-rasa baru yang ditawarkan membuat konsumen tidak bosan dengan produk yang monoton sehingga konsumen memiliki banyak pilihan

3) Lokasi (X3)

Mengacu pada konsep dari Tjiptono (2012), lokasi dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi pelanggan tentang lokasi Geprek Bangsus yang diukur menggunakan indikator dari Tjiptono (2012) yaitu:

- a. Akses, kemudahan pelanggan menjangkau lokasi geprek Bangsus dengan beragam jenis alat transportasi
- b. Visibilitas, kemudahan pelanggan menemukan lokasi geprek Bangsus.
- c. Lalu lintas (*traffic*), kelancaran arus lalu lintas sehingga memudahkan pelanggan menuju geprek Bangsus

2. Variabel Dependen ; Keputusan Pembelian (Y)

Mengacu pada konsep dari (Kotler dan Keller, 2012) keputusan pembelian didefinisikan sebagai proses penentuan pilihan atas produk yang akan dibelinya sehingga akan mendorong seseorang untuk membeli makanan Geprek Bangsus. keputusan pembelian diukur dengan menggunakan indikator yang dikembangkan oleh peneliti yaitu:

- a. Pemenuhan kebutuhan
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi Alternatif
- d. Keputusan pemilihan
- e. Perilaku Pasca pembelian

Tabel 3.1
Kisi- Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Harga (X1)	1. Kesesuaian harga produk dengan kualitas produk	a) Persepsi pelanggan geprek Bangsus tentang kesesuaian harga dengan kualitas yang dirasakan
	2. Daftar Harga (<i>list price</i>)	b) Daftar harga memberikan informasi harga pokok yang ditawarkan
	3. Potongan Harga Khusus	c) Rumah Makan Geprek Bangsus memberikan potongan harga khusus dibulan-bulan tertentu dengan mendapatkan kualitas yang sama
	4. Harga yang dipersepsikan	d) Harga makanan pada Rumah Makan Geprek Bangsus bersaing dengan rumah makan geprek lainnya
<i>Kualitas makanan</i> (X2)	1. Kualitas dalam hal rasa	a) Rumah Makan Geprek Bangsus memiliki cita rasa yang pas
	2. Kuantitas atau porsi masakan	b) Rumah Makan Geprek Bangsus memiliki porsi yang sesuai
		c) Rumah Makan Geprek Bangsus memiliki jenis masakan yang beraneka ragam
	3. Cita rasa yang khas	d) Rumah Makan Geprek Bangsus memiliki rasa yang khas
	4. Higienitas,	e) Rumah Makan Geprek Bangsus menjaga kebersihan dalam penyajian menu.
	5. Inovasi	f) Rumah Makan Geprek Bangsus selalu melakukan inovasi melalui menu yang baru..
Lokasi (X3)	1. Akses	a) Akses Rumah Makan Geprek Bangsus mudah dijangkau transportasi
	2. Visibilitas	b) Rumah Makan Geprek Bangsus mudah ditemui
	3. Lalu lintas (traffic)	c) Arus lalu lintas menuju geprek Bangsus cukup lancar
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pemenuhan kebutuhan	a) Rumah Makan Geprek Bangsus dapat memenuhi kebutuhan
	2. Pencarian informasi	b) Mencari informasi Rumah Makan Geprek Bangsus dari media internet

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
	3. Evaluasi Alternatif	c) Melakukan evaluasi dari berbagai rumah makan geprek lainnya d) Geprek bangsus menajadi pilihan yang terbaik diantara geprek lainnya.
	4. Keputusan pemilihan	e) Memutuskan membeli pada Rumah Makan Geprek Bangsus
	5. Perilaku pasca pembelian	f) Merekomendasikan Rumah Makan Geprek Bangsus kepada orang lain

3.4 Skala Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini, peneliti akan memberikan angket kepada konsumen yang pernah mengunjungi Rumah Makan Geprek Bangsus dengan maksud untuk memperoleh data yang kemudian dianalisis. Pernyataan yang tertera didalam angket diukur dengan menggunakan skala Bipolar Adjective. Skala Bipolar Adjective merupakan penyempurnaan dari *semantic scale* dengan maksud untuk mendapatkan respon berupa *intervally scaled data* (Ferdinand, 2014). Skala yang digunakan adalah rentang interval 1-10, angka 1 berarti sangat tidak setuju hingga angka 10 berarti sangat setuju.

3.5 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai semesta penelitian (Ferdinand, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah

konsumen Geprek Bangsus Jombang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

b. Sampel

Menurut Suharsimi (2012) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penentuan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya adalah menggunakan rumus sebagai berikut (Wibisono, 2003) :

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Nilai yang diperoleh dari tabel normalitas tingkat keyakinan

e = Kesalahan Penarikan Sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini sebesar 95% maka nilai Z 0,05 adalah 1,96 dan standar deviasi (σ)= 0,25. Tingkat kesalahan dalam penarikan sampel ditentukan sebesar 5% atau 0,05 maka dengan menggunakan rumus tersebut dapat ditentukan jumlah sampelnya yaitu:

= 96,04

Jadi berdasarkan perhitungan diatas besarnya nilai sampel sebesar 96,04 orang yang dibulatkan menjadi 100 orang karena lebih mendekati 100. Sedangkan untuk memperoleh data 100 orang, peneliti melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 110 buah, sehingga apabila ditemukan data yang tidak layak di entri, maka kuesioner tersebut akan peneliti buang (cropping). Tujuan lain dilakukannya penyebaran kuesioner di atas jumlah

sampel yang dibutuhkan adalah untuk memperoleh data utuh yang sebenarnya dan tidak cacat dalam pengisian informasi yang diinginkan oleh peneliti.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel tersebut adalah menggunakan teknik non probability sampling yang sampelnya berjenis *Purposive Sampling*, *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Ferdinand, 2014). Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah konsumen Geprek Bangsus Jombang.

3.6 Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data interval berupa hasil jawaban responden terhadap pernyataan dalam angket dan data nominal yang berisi tentang karakteristik responden yang mencakup nama responden, jenis kelamin dan pekerjaan responden yang bersumber dari data primer dan melalui data sekunder dari Geprek Bangsus.

3.6.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan angket didalam proses pengumpulan data. angket yang disebarakan berupa pernyataan-pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala bipolar. Angket tersebut berisikan tentang data responden secara demografis dan berisikan pernyataan yang sesuai dengan indikator variabel penelitian.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1. Uji Validitas

Umar (2011), validitas merupakan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur, pada penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuisisioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul Item-Total Statistic. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari *Corrected item-Total Correlation* $> 0,30$. Sugiyono, (2012).

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 konsumen. Berikut hasil uji validitas item pernyataan :

Tabel 3.2
Hasil Pengujian Validitas

No item	Variable	r hitung	r kritis	Keterangan
1	<i>Harga (X1)</i>	0.840	0,3	valid
2		0.345		
3		0.890		
4		0.890		
1	Kualitas Makanan (X2)	0.648	0,3	valid
2		0.733		
3		0.371		
4		0.553		
5		0.466		
6		0.469		
7		0.356		
1	Lokasi (X3)	0.762	0,3	valid
2		0.817		
3		0.618		
1	Keputusan Pembelian (Y)	0.521	0,3	valid
2		0.652		
3		0.583		
4		0.440		
5		0.371		

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Tabel 3.2 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa r hitung $>$ 0,3. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Hasilnya ditunjukkan oleh sebuah indeks yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat pengukur dapat

dipercaya atau dapat diandalkan. Uji ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha* (Suharsimi, 2010). Dengan rumus:

Rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

S_j = varians responden untuk item I

S_x = jumlah varians skor total

Dalam hal ini apabila nilai koefisien $\alpha > 0,6$, maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel. Jika apabila nilai koefisien $\alpha < 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut tidak reliabel. Proses pengujian dilakukan sebelum penelitian sebenarnya dilakukan.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3

Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien α	Keterangan
Harga (X1)	0,864	0,6	Reliabel
Kualitas Makanan (X2)	0,786	0,6	Reliabel
Lokasi (X3)	0,856	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,748	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui deskripsi empiris atau gambaran atas data yang dikumpulkan didalam penelitian (Ferdinand, 2014). Data yang diperoleh dari jawaban responden akan diinterpretasikan dengan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2014):

$$\text{Nilai Indeks} = ((\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5) + (\%F6 \times 6) + (\%F7 \times 7) + (\%F8 \times 8) + (\%F9 \times 9) + (\%F10 \times 10)) / 10$$

Berdasarkan rumus diatas jawaban responden berangkat dari angka 1 sampai 10, maka angka indeks akan dimulai dari angka 10 sampai dengan

100 rentang sebesar 90, dengan menggunakan kriteria *three-box method*, maka rentang 90 akan dibagi tiga sehingga menghasilkan rentang sebesar 30 sehingga akan digunakan untuk dasar interpretasi nilai indeks sebagai berikut:

10.00-40 = rendah

40.01-70= sedang

70.01-100=Tinggi

3.8.2. Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2012) mengatakan bahwa analisis regresi berguna untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variable independen dimanipulasi (dirubah-rubah). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga (X1), *Kualitas makanan* (X2) Lokasi (X3) dan Keputusan Pembelian (Y). Persamaan Regresi linier sederhana menggunakan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi harga, *Kualitas makanan*, lokasi

X₁ = Harga

X₂ = *Kualitas makanan*

X₃ = lokasi

ϵ = standar error

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

1 Uji Normalitas Data

Kenormalan data diperlukan dalam metode analisis regresi (Baroroh, 2013). Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data distribusi normal. Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan normal, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ($P > 0,05$). Sebaliknya, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($P < 0,05$), maka data dikatakan tidak normal.

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- (a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- (b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas

Selain itu uji normalitas yang digunakan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan normal, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ($P > 0,05$). Sebaliknya, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($P < 0,05$), maka data dikatakan tidak normal (Ghozali, 2011)

2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada dua atau lebih variabel x yang memberikan informasi yang sama tentang variabel Y kalau X_1 dan X_2 berkolinearitas, berarti kedua variabel cukup diwakili satu variabel saja. Memakai keduanya merupakan inefisiensi. (Simamora, 2005)

Ada beberapa metode untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, diantaranya :

- 1) Dengan menggunakan antar variabel independen. Misalnya ada empat variabel yang diuji dikorelasikan, hasilnya korelasi antara X_1 dan X_2 sangat tinggi, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi multikolinearitas antara X_1 dan X_2 .
- 2) Disamping itu untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat juga dilihat dari *Varian Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance value* $< 0,01$ atau $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila *tolerance value* $> 0,01$ atau $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. (Simamora, 2005)

3 Uji Autokorelasi

Istilah Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam mendeteksi ada atau tidak nya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-watson (DW test) dengan syarat $du < DW$ (Ghozali, 2011).

3.8.4. Pengujian Hipotesis

3.8.4.1. Uji t

Pengujian dilakukan dengan t-test, bilamana diperoleh p-value \leq 0.05 (Alpha 5%), maka dapat disimpulkan signifikan dan begitu pula sebaliknya (Solimun, 2017).

3.8.4.2. *R – Squared Coeficients*

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dan proporsi variasi dari variabel dependen yang diterangkan oleh variasi dari variabel-variabel independennya. Jika R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan semakin besar maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin besar untuk menerangkan variabel dependennya