

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini adalah jenis penelitian verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode eksplanasi (*explanatory research*), menurut Singarimbun dan Effendi (2006), penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui hipotesis. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yaitu keunikan produk, kualitas layanan, *word of mouth* sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Skala pengukuran menggunakan skala Likert. Responden akan dimintai untuk memberikan penilaian terhadap setiap item pernyataan dengan mengisi angka 1 yang berarti tidak setuju sampai 5 yang berarti sangat setuju. Metode pengumpulan data dengan cara angket dan dokumentasi. Teknik analisis data peneliti menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Mie Endes, jumlah sampel 100 orang, dengan teknik sampling *accidental sampling*.

3.2 Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini, meliputi :

1). Variabel Bebas : Keunikan Produk (X1)

Menurut Sarosa (2004) keunikan produk adalah nilai tambah yang membuat produk tampil beda dibandingkan dengan pesaing lain. Keunikan produk atau layanan suatu perusahaan menjadi penting dan harus selalu ditingkatkan. Dengan terus mengembangkan keunikan suatu produk, maka akan terbentuk image produk yang menjadi pembeda diantara produk yang ada di pasaran. Menurut Rosen (2004) ada 3 (tiga) indikator keunikan antara lain :

- a. Jenis Produk
- b. Rasa Produk
- c. Penyajian Produk

2). Variabel bebas : Kualitas Layanan (X2)

Menurut Tjiptono dan Chandra (2005) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah fungsi harapan konsumen pada pra pembelian, pada proses penyediaan kualitas yang diterima dan pada kualitas output yang diterima. Kualitas layanan menurut Philip Kotler (2002) dipengaruhi lima dimensi mutu pelayanan yaitu:

- a. Bukti fisik
- b. Keandalan
- c. Jaminan
- d. Empati

e. Daya Tanggap

3). Variabel bebas : *Word of mouth* (X3)

Kotler dan Keller (2009) mengemukakan bahwa *word of mouth* atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. Menurut Lupiyoadi (2008) *word of mouth* dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

- a. Berbicara hal positif
- b. Rekomendasi
- c. Dorongan

4). Variabel Terikat : Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk. Menurut Kotler (2000) keputusan pembelian diukur dengan indikator :

- a. Kemantapan pada sebuah
- b. Kebiasaan dalam membeli
- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- d. Melakukan pembelian ulang

3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berikut ini tabel yang memperjelas variabel-variabel penelitian:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Keunikan Produk (X1) Sumber : Rosen (2004)		1. Jenis Produk 2. Cita Rasa Produk 3. Penyajian Produk	1. Mie Endes mempunyai jenis makanan dengan level kepedasan yang berbeda 2. Makanan di Mie Endes mempunyai cita rasa yang enak 3. Penyajian makanan di Mie Endes sangat higienis
Kualitas Layanan (X2) Sumber : Philip Kotler (2002)	Bukti Fisik	1. Penataan ruang 2. Tempat parkir 3. Kerapian pegawai	1. Mie Endes memiliki tata ruangan yang bagus 2. Mie Endes memiliki tempat parkir yang luas 3. Karyawan Mie Endes berpenampilan rapi
	Keandalan	1. Pelayanan yang tepat 2. Kecepatan dalam pelayanan	1. Karyawan Mie Endes selalu tepat membuat pesanan konsumen 2. Karyawan Mie Endes cepat dalam melayani transaksi pembayaran
	Jaminan	1. Kesopanan karyawan 2. Pengetahuan karyawan tentang produk	1. Karyawan Mie Endes bersikap sopan saat melayani konsumen 2. Karyawan Mie Endes mempunyai pengetahuan tentang produk yang dijual
	Empati	1. Keramahan pelayanan 2. Memberikan perhatian	1. Karyawan Mie Endes sangat ramah saat melayani konsumen 2. Karyawan Mie Endes memberikan perhatian kepada konsumen
	Daya Tanggap	1. Ketanggapan melayani kebutuhan konsumen 2. Siap membantu konsumen	1. Karyawan Mie Endes sangat tanggap menangani kebutuhan para konsumen 2. Karyawan Mie Endes siap membantu konsumen bila mengalami kesulitan

<i>Word of Mouth</i> (X3) Sumber : Lupiyoadi (2008)		1. Berbicara Hal Positif 2. Rekomendasi 3. Dorongan	1. Pernah mendengar hal yang positif tentang produk Mie Endes dari orang lain 2. Pernah mendapat rekomendasi Mie Endes dari teman atau saudara 3. Pernah mendapat ajakan teman atau saudara untuk membeli di Mie Endes
Keputusan Pembelian (Y) Sumber : Kotler (2000)		1. Kemantapan pada Sebuah Produk 2. Kebiasaan dalam membeli 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang	1. Saya membeli di Mie Endes karena produknya yang enak 2. Apabila saya ingin makan mie pedas, saya selalu membeli di Mie Endes 3. Apabila orang lain membutuhkan informasi tentang kuliner mie pedas, saya akan merekomendasikan Mie Endes kepada orang lain 4. Saya puas membeli di Mie Endes dan akan melakukan pembelian ulang produk tersebut

3.4 Pengukuran Variabel

Dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan untuk mengetahui pengaruh keunikan produk (X1), kualitas layanan (X2), dan *word of mouth* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) maka untuk keperluan analisis kuantitatif setiap jawaban dari angket penelitian diberi skor dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013).

Skala Likert menggunakan lima tingkatan jawaban yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.2
Instrumen Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono (2007)

Pada penelitian ini responden diharapkan memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia, kemudian setiap jawaban yang diberikan akan diberikan nilai tertentu (1,2,3,4,5). Nilai yang diperoleh akan dijumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai total inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam Skala Likert.

3.6 Populasi

Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian oleh peneliti karena dipandang sebagai sebuah lingkungan penelitian (Ferdinand, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan transaksi pembelian di Rumah Makan Mie Endes Jombang.

3.7 Sampel

Menurut Suharsimi (2010), sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Mie Endes Jombang. Bila populasinya besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya, misal karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu

maka peneliti dapat mengambil sampel dari populasi tersebut. Pengambilan sampel menurut Suharsimi (2010) dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{\left(\frac{Moe}{n} \right)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{(0,10)^2} = 96,04 \text{ dibulatkan } 100 \text{ sampel}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

Z = 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%

Moe = Margin of error atau tingkat kesalahan maksimum 10%

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 100 orang konsumen yang melakukan pembelian di Mie Endes Jombang.

3.8 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2013) teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah *Accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bila orang tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono 2013). Kriteria utama responden yang ditentukan dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di Mie Endes Jombang.

3.9 Jenis Data

Dalam pengumpulan data dibagi menjadi dua macam data, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat langsung dari responden penelitian dengan cara menyebarkan angket (Ferdinand, 2011). Dalam penelitian ini untuk mengetahui keunikan produk, kualitas layanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi. Data ini dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi. Peneliti memperoleh data sekunder untuk penelitian ini melalui bahan bacaan baik berupa buku penunjang, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, dan internet.

3.10 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam suatu penelitian dengan menggunakan alat-alat tertentu. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang datanya diperoleh dari buku, internet, atau dokumentasi orang lain yang menunjang penelitian yang dilakukan. Dokumentasi merupakan catatan mengenai peristiwa yang sudah berlalu. Peneliti mengumpulkan dokumen yang dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2013). Dokumentasi ini digunakan sebagai data pendukung dalam penelitian.

3.11 Uji Instrumen

3.11.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, dan sebaliknya instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah (Suharsimi, 2010). Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas adalah :

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

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

x = skor seluruh item

y = skor total

Kriteria keputusan valid tidaknya kuesioner dinyatakan apabila nilai r yang diperoleh dari hasil r hitung product moment $>$ dari nilai r tabel product moment dengan taraf signifikan 5% maka butir-butir pertanyaan kuesioner adalah valid (Suharsimi, 2010). Berikut adalah hasil uji validitas :

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Dimensi	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Keunikan Produk (X1)		X1.1	0,774	0,196	Valid
		X1.2	0,851	0,196	Valid
		X1.3	0,760	0,196	Valid
Kualitas Layanan (X2)	Bukti Fisik (X2.1)	X2.1.1	0,721	0,196	Valid
		X2.1.2	0,789	0,196	Valid
		X2.1.3	0,752	0,196	Valid
	Keandalan (X2.2)	X2.2.1	0,837	0,196	Valid
		X2.2.2	0,875	0,196	Valid
	Jaminan (X2.3)	X2.3.1	0,866	0,196	Valid
		X2.3.2	0,843	0,196	Valid
	Empati (X2.4)	X2.4.1	0,856	0,196	Valid
		X2.4.2	0,852	0,196	Valid
	Data Tanggap (X2.5)	X2.5.1	0,881	0,196	Valid
		X2.5.2	0,845	0,196	Valid
<i>Word of Mouth</i> (X3)		X3.1	0,811	0,196	Valid
		X3.2	0,816	0,196	Valid
		X3.3	0,771	0,196	Valid
Keputusan Pembelian (Y)		Y.1	0,793	0,196	Valid
		Y.2	0,811	0,196	Valid
		Y.3	0,813	0,196	Valid
		Y.4	0,829	0,196	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan dan menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

3.11.2 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 diandalkan. Uji ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabanya dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrument penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha* (Suharsimi, 2006). Menurut Arikunto (2006), pengujian reliabilitas yang digunakan adalah menggunakan metode *Cronbach Alpha* dan dianalisis dengan menggunakan bantuan program SPSS. Rumus yang digunakan adalah :

$$r_{11} = 1 - \frac{\Sigma}{k}$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau soal

Σ = varian total

= jumlah varian butir atau item

Rumus alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 atau 0. Kriteria keputusan reliabel tidaknya kuesioner dinyatakan apabila nilai *alpha cronbach's* > 0,60 dengan taraf signifikan 5% maka butir-butir pertanyaan kuesioner adalah reliabel dan apabila *alpha*

cronbach's < 0,60 maka butir pertanyaan kuesioner tidak reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas untuk instrumen dalam penelitian ini :

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Dimensi	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Keunikan Produk (X1)		0,707	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	Bukti Fisik (X2.1)	0,618	Reliabel
	Keandalan (X2.2)	0,634	Reliabel
	Jaminan (X2.3)	0,629	Reliabel
	Empati (X2.4)	0,629	Reliabel
	Daya Tanggap (X2.5)	0,656	Reliabel
<i>Word of Mouth</i> (X3)		0,738	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)		0,669	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Dari hasil uji dengan menggunakan program SPSS pada tabel 3.4 diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel adalah reliabel.

3.12 Teknik Analisa Data Deskriptif

Analisis deskriptif item variabel terdiri atas 5 item pernyataan dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui katagori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

Rentang Skor = _____

$$= \frac{1,0 - 1,8}{1,0 - 1,8}$$

$$= 0.8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

1. $1,0 - 1,8 =$ Sangat Rendah
2. $1,9 - 2,7 =$ Rendah
3. $2,8 - 3,6 =$ Cukup
4. $3,7 - 4,5 =$ Tinggi
5. $4,6 - 5,4 =$ Sangat Tinggi

Sumber: Sudjana (2005)

3.13 Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2007) mengatakan bahwa analisis regresi berganda untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dimanipulasi (dirubah-rubah). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh keunikan produk (X1), kualitas layanan (X2), dan *word of mouth* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Persamaan regresi berganda tersebut menggunakan rumus (Sugiyono, 2007):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

a = konstanta

b₁ = koefisien regresi keunikan produk

b₂ = koefisien regresi kualitas layanan

b₃ = koefisien regresi *word of mouth*

X_1 = keunikan produk

X_2 = kualitas layanan

X_3 = *word of mouth*

e = standar error

3.14 Asumsi Klasik

Tujuan dari asumsi klasik adalah mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian, sehingga diperoleh model analisa yang tepat.

Uji asumsi data meliputi :

1) Normalitas Data

Metode normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Dasar pengambilan keputusannya :

- 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 memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada dua atau lebih variabel X yang memberikan informasi yang sama tentang variabel Y . Kalau X_1 , X_2 , dan X_3 berkolinearitas, berarti ketiga 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 X_2 dan X_3 sangat tinggi, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi multikolinearitas antara X_1 X_2 dan X_3 .
2. Disamping itu untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat juga dilihat dari *value 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. Gejala Autokorelasi

Istilah autokorelasi dapat didefinisikan sebagai korelasi antar sesama urutan pengamatan dari waktu ke waktu. Untuk dapat mendeteksi adanya autokorelasi dalam situasi tertentu, biasanya memakai uji durbin watson, dengan keputusan nilai durbin watson diatas nilai d_U dan kurang dari nilai $4-d_U$, $d_U < d_W < 4-d_U$ dan dinyatakan tidak ada autokorelasi (Simamora,2005).

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali,2009). Heterokedastisitas berarti penyebaran titik dan populasi pada bidang regresi tidak konstan gejala ini ditimbulkan dari perubahan-perubahan situasi yang tidak tergambarkan dalam model regresi. Jika variance dan residual satu

pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut sebagai homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heterokedastisitas.

3.15 Pengujian Hipotesis Uji t atau Uji Parsial

Langkah-langkah dalam pengujian hipotesis yaitu :

a. Membuat formulasi hipotesis

Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

b. Menentukan level signifikasi

c. Mengambil keputusan

- Jika $t_{sig} \leq \alpha = 0,05$, Maka hipotesis diterima

- Jika $t_{sig} > \alpha = 0,05$, maka hipotesis ditolak

(Sugiyono,2010)

3.16 Koefisien Diterminasi (R^2)

Uji R^2 adalah adalah suatu uji untuk mengukur kemampuan dimana variabel-variabel bebas (independen) dalam mempengaruhi variabel terikat (dependen). Dimana nilai R^2 berkisar $0 < R^2 < 1$. Semakin besar R^2 (mendekati 1) maka variabel bebas (independen) semakin dekat hubungannya terhadap variabel terikat (dependen), terhadap kata lain model tersebut dianggap baik.

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Dimana :

R^2 = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi