

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini membahas tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di restoran Ichiban Sushi Palembang Square dengan penelitian ini dilakukan pada konsumen Ichiban Sushi Palembang Square.

B. Desain Penelitian

Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian kausalitas adalah penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antarvariabel.⁴⁷ Dalam desain ini, umumnya hubungan sebab-akibat tersebut sudah dapat diprediksi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel penyebab, variabel antara, dan variabel terikat.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini merupakan jenis data kuantitatif yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Restoran Ichiban Sushi Palembang Square sebagai instrument penelitian.

⁴⁷ Sanusi Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Selemba Empat. 2014. Hlm. 14

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.⁴⁸ Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil jawaban responden atas kuesioner/angket yang diberikan kepada Konsumen Ichiban Sushi Palembang Square.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti. Lebih lanjut populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁹ Dalam jumlah ini populasi konsumen di Ichiban Sushi Palembang Square belum diketahui dan populasi yang digunakan adalah konsumen Ichiban Sushi Palembang Square.

2. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu harus membentuk

⁴⁸ *Ibid*, hlm 21.

⁴⁹ Sugiyono. "Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan Kombinasi". (Bandung: Alfabeta, 2014) hlm. 119

sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Probability Sampling* dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, bahkan probabilitas anggota tertentu untuk terpilih tidak diketahui. pengambilan sampel ini diambil dengan menggunakan metode jenis Convenience Sampling. *Metode Aksidental* ini adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel atau peneliti memilih orang-orang yang terdekat saja.⁵⁰ Sampel yang digunakan menggunakan rumus Hair *et al* tahun 1995, adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10, sebagai berikut:⁵¹

$$\begin{aligned} S &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 16 \times 5 \\ &= 80 \end{aligned}$$

Keterangan:

S = Sampel

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data oleh penulis pada lokasi penelitian dilakukan dengan menggunakan beberapa metode yaitu metode dokumentasi, kepustakaan yang berupa buku, jurnal, tugas akhir atau skripsi dan website. Serta metode kuesioner, yang merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan

⁵⁰ Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, hlm 77.

⁵¹ J.F Hair, *Multivariate Data Analysis*, Edisi 5, Semarang: Gramedia Pustaka Utama, 2006

mengenai variabel penelitian kepada responden untuk dijawab.⁵² Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup ataupun terbuka. Survey dilakukan dengan membagikan kuesioner. Pengisian kuesioner dilakukan secara self administered questionnaire yaitu responden diminta menjawab sendiri kuesioner yang telah dibuat peneliti.

Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Pada skala likert dilakukan dengan menghitung respon kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap objek tertentu. Artinya pertanyaan yang disusun peneliti memiliki kategori positif atau negatif. Jawaban dari setiap item yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3.1
Pengukuran Skala likert

No	Jenis Jawaban	Bobot
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber. Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

⁵² Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, hlm 199.

F. Variabel Penelitian

1. Variabel bebas (Independen)

Variabel independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. Dalam *script analysis*, akan terlihat bahwa variabel yang menjelaskan mengenai jalan atau cara sebuah masalah dipecahkan adalah tidak lain variabel-variabel independen⁵³. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Lokasi (X3).

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel Terikat adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Dalam *script analysis*, nuansa sebuah masalah tercermin dalam variabel dependen. Hakekat sebuah masalah (*the nature of a problem*) mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti⁵⁴. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah Keputusan Pembelian.

G. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiono, Definisi operasional variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari obyek kegiatan yang memiliki variasi tertentu

⁵³ Ferdinand Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2006. Hlm.34

⁵⁴ *Ibid.* hlm. 36

yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁵

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Harga (X1)	Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan konsumen untuk memperoleh, memiliki dan memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayan dari suatu produk.	1) Keterjangkauan harga 2) Kesesuaian harga dengan menu 3) Harga sesuai dengan pendapatan 4) Kesesuaian harga dengan tempat 5) Kesesuaian harga dengan pelayanan 6) Kesesuaian harga dengan fasilitas	Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas Pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.	1) <i>Intangibility</i> 2) <i>Reliability</i> 3) <i>Responsiveness</i>	Likert
Lokasi (X3)	Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan	1) Keterjangkauan 2) Kedekatan dengan Kediaman 3) Akses 4) Lingkungan	Likert

⁵⁵ Sugiyono. "Op.Cit". 2015. Hlm. 38

	segi ekonominya.		
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan dimana seseorang memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.	1) Tujuan dalam membeli sebuah produk 2) Melakukan kunjungan lebih sering 3) Memberikan rekomendasi pada orang lain untuk melakukan pembelian ulang	Likert

Sumber. Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

H. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.⁵⁶ Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif pada signifikan 5% maka data tersebut dapat dikatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka data tidak valid.⁵⁷

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.⁵⁸ Uji

⁵⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, hlm 89.

⁵⁷ Soeryanto Soegoto, Eddy. 2008. *Marketing Research: This Smart Way To Solve Problem*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, hlm 126

⁵⁸ Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, hlm 99.

reliabilitas instrumen dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. *Cronbach Alpha* (α) digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interitem atau menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel atau handal jika memiliki *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.⁵⁹ Ketidakkonsistenan dapat terjadi mungkin karena perbedaan persepsi responden atau kurang pahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

Tabel 3.3
Pedoman untuk interpretasi terhadap koefisien korelasi⁶⁰

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: dikumpulkan dari berbagai sumber, 2019

I. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber lain terkumpul. Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh

⁵⁹ Ghazali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP, hlm 129.

⁶⁰ Ibid, hlm 231.

responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Al Ghozali menyatakan bahwa Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.⁶¹ Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$.⁶²

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas sebagai prediktor mempunyai hubungan yang linear atau tidak dengan variabel terikat. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis kolerasi atau regresi linear. SPSS dengan menggunakan *Tes For Linierity* dengan pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan

⁶¹ Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2011. Hlm. 160

⁶² *Ibid.* hlm. 165

mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.⁶³

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Sunyoto, Uji multikolinearitas digunakan upaya untuk menentukan ada dan tidaknya kolerasi yang sempurna atau mendekati hubungan yang sempurna.⁶⁴ Menurut Imam Al Ghozali menyatakan bahwa uji multikolinieritas mempunyai tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).⁶⁵ Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Sebagai dasar acuannya maka dapat disimpulkan:

- 1) Jika nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- 2) Jika nilai tolerance $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

⁶³ Sutrisno Hadi. *Seri Program Statistic-Versi 2000*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada. 2000. Hlm 103

⁶⁴ Danang Sunyoto. "*Op.Cit*". Hlm.116

⁶⁵ Imam Ghazali. "*Op.Cit*". Hlm. 105-106

d. Uji Heterokedastisitas

Menurut Hasan dikutip oleh Sunyoto, Heterokedastisitas berarti variasi (varians) variabel tidak sama untuk semua pengamatan.⁶⁶ Jika varians dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homokedastisitas*. Dan jika varians berbeda maka disebut *heterokedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dan nilai residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dengan melihat ada tidaknya pola titik pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual yang telah di-*standarized*.⁶⁷

Dasar analisisnya sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.

⁶⁶ Danang Sunyoto. "*Op.Cit*". Hlm.117

⁶⁷ Imam Ghazali. "*Op.Cit*". Hlm. 123

2) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Hipotesis

a. Uji F (Pengujian Secara Serempak)

Pada dasarnya uji F menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Kriteria untuk pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1) Jika menggunakan angka probabilitas signifikansi:

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2) Membandingkan nilai F hitung dengan F tabel:

Jika $F_{tabel} > F_{dihitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $F_{tabel} < F_{dihitung}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji T (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.⁶⁸

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

c. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Menurut Gujarati, *R-Square* atau disebut juga koefisien determinasi merupakan salah satu ukuran yang sederhana dan sering digunakan untuk menguji kualitas suatu persamaan garis regresi.⁶⁹ Sifat dari *R-Square* adalah R^2 merupakan besaran yang non-negatif dan batasnya adalah $0 \leq R^2 \leq 1$

⁶⁸ *Ibid.* hlm 167

⁶⁹ Damodar Gujarati. *Basic Econometrics (Ekonometrika Dasar)*. Alih bahasa Sumarno Zain. Jakarta: Erlangga. 2004. Hlm. 81

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Danang Sunyoto, Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (motivasi konsumen, desain, iklan, dan merek) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian)⁷⁰.

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X₁ = Harga

X₂ = Kualitas Pelayanan

X₃ = Lokasi

b₁ = Koefisien regresi variabel harga

b₂ = Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

b₃ = Koefisien regresi variabel lokasi

⁷⁰ Danang Sunyoto. "Op. Cit". Hlm.118