

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:13) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek pada penelitian ini adalah tentang pengaruh harga, pelayanan dan promosi *online* terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Gubuk Tiwul. Lokasi penelitian di jalan semangka 21c metro, lampung.

C. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2015:38) operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2013:58) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut, seseorang, obyek, yang mempunyai "variasi" antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain (Hatch Farhady) dalam Sugiyono (2013:58). Variabel dalam penelitian ini dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1) Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2013:59) variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian.

2) Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2013:59) variabel bebas atau variabel independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat atau dependen.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu harga, pelayanan dan promosi online

Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

a. Harga

1) Definisi Konseptual : Harga merupakan jumlah nilai yang dipertukarkan pembeli untuk manfaat atau memiliki suatu barang atau jasa.

2) Definisi Operasional : Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa. Sintesis harga yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah terjangkau atau tidaknya harga, kesesuaian antara harga dengan kuantitas, kesesuaian harga dengan kualitas dan penelitian ini menggunakan skala likert.

b. Pelayanan

1) Definisi Konseptual : Pelayanan adalah fasilitas yang bisa diberikan perusahaan kepada pembeli.

2) Definisi Operasional : Pelayanan adalah fasilitas yang bisa diberikan perusahaan kepada pembeli. Sintesis pelayanan yang akan diteliti pada penelitian ini adalah akses, lingkungan dan kompetisi yang diukur menggunakan instrument pada skala likert yang diberikan kepada pembeli pada rumah makan GubukTiwul.

c. Promosi *online*

1) Definisi Konseptual : Promosi *online* bertujuan membuat penjualan yang awalnya tidak mungkin menjadi mungkin, dalam penjualan hal ini sangat penting karena bisa menembus pasar yang tak terbatas. Sintesis penelitian pada penelitian ini adalah apakah dengan menggunakan media sosial mudah mendapatkan informasi produk, apakah produk dapat dilihat dari media sosial, apakah produk yang ditampilkan di media sosial sama dengan produk aslinya.

2) Definisi Operasional : Promosi *online* adalah kegiatan menawarkan atau memperkenalkan barang melalui media internet tanpa ada batas ruang dan waktu.

d. Keputusan Pembelian

1) Definisi Konseptual : Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk, dalam proses pembelian tersebut konsumen mempertimbangkan banyak hal. Sintesis keputusan pembelian yang akan diteliti adalah keyakinan dalam membeli, sesuai keinginan, memiliki keinginan, mempertimbangkan kualitas produk, dan merekomendasikan kepada oranglain

2) Definisi Operasional : Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk, dalam proses pembelian tersebut konsumen mempertimbangkan banyak hal. Sintesis keputusan pembelian yang akan diteliti adalah keyakinan dalam membeli, sesuai keinginan, memiliki keinginan, mempertimbangkan kualitas produk, dan merekomendasikan kepada orang lain yang diukur menggunakan instrument skala linkert yang diberikan kepada konsumen pada rumah makan GubukTiwul.

D. Kisi-Kisi Penelitian

Tabel 3 Kisi-kisi Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Butir Angket
Harga (X1)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	1,2,3,4,5 5,6,7,8,9,10 11,12,13,14,15 15,16,17,18,19,20
Pelayanan (X2)	1. Empati 2. Daya tanggap 3. Jaminan 4. Keandalan 5. Bukti langsung	1,2,3,4 5,6,7,8 9,10,11,12 13,14,15,16 17,18,19,20
Promosi online (X3)	1. Iklan 2. Salespromotion 3. Public relation 4. Directmarketing 5. Personalselling	1,2,3,4 5,6,7,8 9,10,11,12 13,14,15,16 17,18,19,20
Keputusan pembelian (Y)	1. Kemantapan harga pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada oranglain 4. Melakukan pembelian ulang	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20

E. Tahapan Penelitian

1. Teknik Sampling

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2013: 115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang tetapi juga obyek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek itu.

Populasi dalam penelitian ini yaitu pembeli pada rumah makan Gubuk Tiwul yang beralamatkan di Jl. Semangka , Yosomulyo kecamatan Metro Timur, Kota Metro pada tahun 2019 sebanyak 5235 jiwa. (Sumber data perusahaan 2019)

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2013:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian sampling dengan teknik *sampling accidental*. Menurut Sugiyono (2013:122) *sampling accidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data dan mengisi kuisisioner dalam hal ini tentu saja orang yang pernah membeli di rumah makan gubuktiwul. Dengan minimal berjumlah 30 orang.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang diperlukan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang di dapatakan secara langsung melalui wawancara sedangkan data sekunder data yang diperoleh dari dokumen-dokumen.

a. Studi Pustaka (Library Research)

Menurut Arikunto (2006:28) menyatakan bahwa studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi lewat buku, majalah, Koran, dan literatur lainnya yang bertujuan untuk membentuk sebuah landasan teori.

b. Studi Lapangan (Field Research)

1) Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013:203) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dalam penelitian ini melakukan observasi untuk mengetahui perilaku konsumen pada rumah makan GubukTiwul.

2) Wawancara (Interview)

Wawancara digunakan sebagai teknik dalam pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari respondenya sedikit/kecil (Sugiyono 2013: 194).

3) Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015:329) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

4) Kuisisioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2013;199) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu deangan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bias diharapkan dari responden. Kuisisioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur variabel keunikan produk,, harga, lokasi dan peran media sosial terhadap keputusan pembelian

pada rumah makan Gubuk Tiwul. Dalam penelitian kuantitatif, peneliti akan menggunakan instrument untuk mengumpulkan data instrumen pada penelitian digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrument harus mempunyai skala.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert, menurut Sugiyono (2013:22) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Jumlah butir soal pada penelitian pengaruh harga, pelayanan dan promosi online terhadap keputusan pembelian yang akan dibagikan kepada pembeli yang ada di rumah makan Gubuk Tiwul atau yang pernah membeli di rumah makan Gubuk Tiwul sebanyak 80 pertanyaan, dengan masing-masing memiliki skor sebagai berikut :

Tabel 4 Skala Likert

	Skala	Skor
A	Sangat Setuju (SS)	5
B	Setuju (S)	4
C	Cukup Setuju (CS)	3
D	Tidak Setuju (TS)	2
E	Sangat Tidak Setuju	1

G. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Persyaratan Instrumen

a. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2013 :172). Untuk menentukan validitas dari suatu penelitian dapat menggunakan korelasi *product momen* (Sugiyono, 2013 :248).

$$r_{hi} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi

Untuk mengetahui valid atau tidaknya angket yang digunakan dalam penelitian, maka kriteria pengujian $r_{hi} >$ dengan taraf signifikansi (α) 0,05 maka alat tersebut dinyatakan valid. Demikian pula apabila $hitung < r_{tabel}$ maka alat tersebut tidak valid.

b. Uji Reallibilitas

Menurut Sugiyono (2013: 173) Instrumen yang reabel adalah instrument apabila yang digunakan beberapa kali untuk mengatur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Untuk menegetahui konsistensi alat ukur apakah alat ukur tersebut dapat digunakan untuk mengukur berkalli-kali denngan msenghasilkan data yang sama. Maka dapat digunakan metode *cronbanch's Alpha*, metode ini sangat cocok digunakan pada skor berskala (Arikunto, 2006:82)

Rumus :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum sb^2}{s1^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = realibilitas instrument

k = banyaknya butir pernyataan

Untuk mengetahui valid atau tidaknya angket yang digunakan dalam penelitian, maka kriterria pengujian $r_{hi} >$ dengan taraf signifikansi (α) 0,05 maka alat tersebut dinyatakan valid. Demikian pula apabila $hitung$

$< r_{tabel}$ maka alat tersebut tidak valid.

2. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus dipenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal, jika data tidak berdistribusi normal maka metode alternative yang digunakan adalah statistic non parametic. Yaitu dengan menggunakan uji lilliefors dengan melihat nilai pada *Kalmogorov-Sminov*. Data

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari

Keterangan :

X^2 = Nilai X^2

O_i = Nilai observasi

E_i = Nilai expected / harapan, luasan interval kelas berdasarkan tabel normal dikalikan N (total frekuensi) ($\pi \times N$)

N = Banyaknya angka pada data (total frekuensi)

Kesimpulan mengenai distribusi dapat dilakukan dengan membandingkan nilai X^2 – tabel, jika nilai X^2 lebih kecil dari satu atau sama dengan X^2 – tabel, maka dapat disimpulkan bahwa terdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Menurut Suwanto (2019:33) Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linier bila signifikan kurang dari 0,05.

a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ = linear

b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ = signifikan

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi data adalah sama atau tidak. Uji dilakukan sebagai persyaratan dalam analisis independent Samples T Tes dan One Way ANOVA. Asumsi yang mendasar dalam analisis varian (ANOVA) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua variabel atau lebih kelompok data adalah sama (Suwanto, 2019:37).

Jika data sudah normal maka akan diuji apakah data tersebut homogen atau tidak. Uji yang digunakan adalah pengujian Homogenitas. Menurut (Arikunto 2010: 365-364). Rumus yang dipakai untuk pengujian homogenitas dalam penelitian ini , menggunakan rumus uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{varian terbesar}}{\text{varian terkecil}}$$

Sumber: Sugiyono (2013: 276)

Taraf signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0,5$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila thitung lebih besar dari ttabel maka memiliki varian yang homogen. Akan tetapi apabila thitung lebih besar dari ttabel maka varian tidak homogen.

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y), Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan

antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing- masing variabel independen berhubungan positif atau negative. Analisis regresi linier pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keunikan produk, harga, lokasi dan peran media sosial terhadap keputusan pembelian.

Persamaan regresi pada penelitian ini yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

- Y = keputusan pembelian
 X1 = Harga
 X2 = Pelayanan
 X3 = Promosi *online*
 α = Konsta (Nilai Y apabila X1, X2, Xn = 0)
 β_1 = koefisien regresi variable harga
 β_2 = koefisien regresi variable pelayanan
 β_3 = koefisien regresi variabel promosi *online*
 e = standard error

b. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh independen secara individual menerangkan variasi variable dependen, uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variable, untuk mengetahui apakah variable independen secara individual mempunyai pengaruh terhadap variable dependen dengan nilai signifikansi $\leq 0,05$ atau $t_{hitung} \geq t_{table}$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variable (X) terhadap variable (Y) dan nilai signifikansi $\geq 0,05$ atau $t_{hitung} \leq t_{table}$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variable bebas terhadap variable terikat

c. Uji Simultan (Uji-F)

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel X secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung (dependen). Uji F membuktikan apakah terhadap minimal satu variabel Y, uji tersebut dirumuskan dengan:

$$t_{hitung} = \frac{R^2}{K} / \frac{1-R^2}{n-k-1}$$

K = Kebanyakan variabel bebas

N = Sampel

R^2 = Koefisiensi determinasi

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} atau bisa juga dengan memperhatikan signifikansi F lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau signifikansi F lebih besar dari 0,05.

Hipotesisnya adalah sebagai berikut :

Ho : $B_1, B_2, B_3 \leq 0$ = secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel harga, pelayanan dan promosi *online* terhadap keputusan pembelian.

Ha : $B_1, B_2, B_3 \geq 0$ = secara simultan (bersama-sama) tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel harga, pelayanan dan promosi *online* terhadap variabel keputusan pembelian.

d. Determinasi (R^2)

Analisis determinasi regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui presentasi sumbangan pengaruh prosentase independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefesien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi dalam model mampu menjelaskan variasi-variabel dependen. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variasi dependen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variasi dependen.

4. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistic merupakan dugaan atau pernyataan yang perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis penelitian ini adalah :

1. Pengujian pengaruh X_1 terhadap Y

Ho : $\beta X_1 Y, \leq 0$ tidak terdapat pengaruh positif antara harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Ha : $\beta X_1 Y, > 0$ terdapat pengaruh positif harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)

2. Pengujian pengaruh X_2 terhadap Y

Ho : $\beta X_2 Y, \leq 0$ tidak terdapat pengaruh positif antara pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Ha : $\beta X_2 Y, > 0$ terdapat pengaruh positif antara pelayanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

3. Pengujian pengaruh X_3 terhadap Y

$H_0 : \beta_{X_3 Y} \leq 0$ tidak terdapat pengaruh positif antara promosi *online* (X_3) terhadap (Y)

$H_a : \beta_{X_3 Y} > 0$ terdapat pengaruh positif antara promosi *online* (X_3) terhadap (Y)