

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikatif. penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang di angkakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor pertimbangan konsumen terhadap keputusan pembelian studi pada Rumah Makan Bakso Glodak di Lampung Timur.

#### **B. Objek dan lokasi penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Rumah Makan Bakso Glodak Lampung Timur, alasan karna ada nya keluhan konsumen yang berkaitan dengan faktor-faktor pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian. Pada penelitian ini terdapat 5 variabel yang di teliti yaitu: produk (X1), promosi (X2), harga (X3), lokasi (X4) dan keputusan pembelian (Y).

#### **C. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasar nya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, (Sugiyono,2016:2). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

##### **1. Operasional variabel**

Definisi operasional dari variabel – variabel penelitian digunakan mambatasi ruang lingkup atau pengertian variabel – variabel yang diteliti. Definisi operasional ini juga bermanfaat untuk mengarahkan kepada pengukuran terhadap variabel – variabel serta pengembangan instrumen (alat ukur). Operasional variabel dalam berbagai indikator.

##### **a) Variabel Produk (X1)**

- Definisi Konseptual: Produk adalah segala sesuatu baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan konsumen,

dimana setiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda.

- Definisi Operasional: Produk adalah segala sesuatu baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan konsumen, dimana setiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda dengan indikator barang/jasa, memuaskan konsumen, dan memiliki manfaat yang diukur menggunakan instrument skala likert melalui penyebaran kuisisioner dan diberikan kepada konsumen Rumah Makan Bakso Glodak.

b) Variabel Promosi (X2)

- Definisi Konseptual: Promosi adalah kegiatan menginformasikan mengenai produk dan jasa kepada konsumen agar dapat dikenal dan membujuk konsumen untuk dapat membeli produk dan jasa.
- Definisi Operasional: Promosi adalah kegiatan menginformasikan mengenai produk dan jasa kepada konsumen agar dapat dikenal dan membujuk konsumen untuk dapat membeli produk dan jasa meliputi indikator informasi, membujuk dan pembelian produk, yang diukur menggunakan instrument skala likert melalui penyebaran kuisisioner dan diberikan kepada konsumen Rumah Makan Bakso Glodak.

c) Variabel Harga (X3)

- Definisi Konseptual: Harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.
- Definisi Operasional: Harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa meliputi indikator nilai, manfaat dan kepemilikan/penggunaan produk, yang diukur menggunakan instrument skala likert melalui penyebaran kuisisioner dan diberikan kepada konsumen Rumah Makan Bakso Glodak.

d) Variabel Lokasi (X4)

- Definisi Konseptual: Lokasi usaha adalah tempat usaha melakukan kegiatan melayani pengunjung dan menampilkan

barang dagangannya yang dapat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang.

- Definisi Operational: Lokasi usaha adalah tempat usaha melakukan kegiatan melayani pengunjung dan menampilkan barang dagangannya yang dapat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang meliputi indikator tempat usaha, kegiatan melayani, menampilkan barang dagangan, dan dapat mempengaruhi konsumen, yang diukur menggunakan instrument skala likert melalui penyebaran kuisisioner dan diberikan kepada konsumen Rumah Makan Bakso Glodak.

## 2. Variabel terikat (*dependent variabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang dijelaskan atau yang dipengaruhi oleh variabel independent (Sugiyono 2016:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen (Y).

- Definisi konseptual: Keputusan pembelian adalah tindakan yang diambil setelah menimbang berbagai aspek pilihan baik itu produk, merek, penyalur, yang dilakukan pada waktu pembelian dengan jumlah tertentu.
- Definisi operasional: Keputusan pembelian adalah tindakan yang diambil setelah menimbang berbagai aspek pilihan baik itu produk, merek, penyalur, yang dilakukan pada waktu pembelian dengan jumlah tertentu melalui indikator pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian yang diukur menggunakan instrument skala likert melalui penyebaran kuisisioner dan diberikan kepada konsumen Rumah Makan Bakso Glodak.

Adapun kisi-kisi dari kuesioner penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 2 Kisi-kisi kuesioner**

Variabel	Indikator	Skala/ Ukuran	No. Soal
Produk (X <sub>1</sub> )	1. Barang atau jasa	Skala likert	1,2,3,4,5,6
	2. Memuaskan konsumen		7,8,9,10,11, 12
	3. Memiliki manfaat		13,14,15,
Promosi (X <sub>2</sub> )	1. Informasi	Skala likert	1,2,3,4,5,6,7
	2. Membujuk		8,9,10,11,12 ,13

Variabel	Indikator	Skala/ Ukuran	No. Soal
	3. Pembelian produk		14,15,
<b>Harga (X3)</b>	1. Nilai	Skala Likert	1,2,3,4,5,6
	2. Manfaat		7,8,9,10,11, 12,13
	3. Kepemilikan/penggunaan produk		14,15,
<b>Lokasi (X4)</b>	1. Tempat usaha	Skala likert	1,2,3,4,5,
	2. Kegiatan melayani pengunjung		6,7,8,9,10,
	3. Menampilkan barang dagangan		11,12,
	4. Dapat mempengaruhi konsumen		13,14,15,
<b>Kepuasan Konsumen (Y)</b>	1. Pilihan produk	Skala likert	1,2,3,4,
	2. Pilihan produk		5,6,7,8,
	3. Pilihan produk		9,10,
	4. Waktu pembelian		11,12,
	5. Jumlah pembelian		13,14,15,16,

#### D. Populasi dan sampel

##### a. Populasi

Menurut sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam Penelitian ini adalah para konsumen atau pelanggan yang membeli di RM. Bakso Glodak Lampung Timur. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung di RM. Bakso Glodak Lampung Timur selama masa penelitian yang jumlahnya tidak dapat diprediksikan.

##### b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang di teliti (Arikunto, 2014: 109). Dalam populasi yang tidak dapat ditentukan jumlahnya atau tidak terhingga maka pemilihan pengambilan sampel yang akan diteliti adalah menggunakan teknik *accidental sampling*. Penentuan sampel dengan teknik *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/ secara insidental bertemu dengan peneliti (Sugiyono, 2014). Sebanyak 70 pelanggan yang secara langsung bertemu dengan peneliti pada saat melakukan penelitian akan dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Beberapa alasan pengambilan sampel adalah :

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga, dan biaya,

- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data,
- c. Lebih mudah dalam penyebaran angket karena sudah ditentukan jumlahnya.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non *probability sampling* karena peluang unit populasi untuk menjadi sampel tak dapat diperhitungkan kesempatannya, atau dengan kata lain tiap unit memiliki kesempatan yang tak dapat ditentukan untuk menjadi sampel.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer (*Field Research*) merupakan data yang dikumpulkan langsung dari objek yang diteliti. Adapun pengumpulan data primer ini diperoleh dengan cara-cara sebagai berikut:

- a. Observasi

Merupakan pengamatan langsung ke objek yang diteliti dengan mencatat data-data yang berkaitan dengan pemasaran yang dibutuhkan dalam penelitian ini sehingga kita memperoleh gambaran yang sebenarnya.

- b. Wawancara (*interview*)

Mengadakan tanya jawab dengan konsumen Rumah Makan Bakso Glodak Lampung Timur yang dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

- c. Kuisisioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang berjumlah 60 untuk dijawab. Peneliti membagikan kuisisioner kepada responden yakni konsumen berupa pertanyaan atau pernyataan tertulis dengan mengembangkan pertanyaan yang menghasilkan setuju-tidak setuju dalam berbagai rentang nilai dan skala yang digunakan untuk mengukur adalah skala dengan interval 1-5.

**Tabel 3 Alternatif Jawaban**

Indikator	Nilai
a. Sangat Setuju (SS)	5
b. Setuju (S)	4
c. Ragu - Ragu (RR)	3
d. Tidak Setuju (TS)	2
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Riduwan dan Akdon (2010:16)*

2. Data skunder (*Study Pustaka*), data yang diperoleh dari pihak lain dan diolah dari sumber data berupa dokumen-dokumen arsip dan laporan yang relevan dengan penelitian ini. (Sugiyono, 2015:308).

## **F. Pengujian Persyaratan Instrumen**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas adalah untuk mengetahui instrument benar-bener mengukur hal yang akan diukur. Instrumen penelitian yang memiliki validitas yang tinggi maka akan dapat mengukur yang hendak diukur. Dalam pengukuran validitas instrument penelitian ini menggunakan validitas isi dengan cara berkonsultasi kepada para ahli mengenai instrumen, apakah instrument tersebut disetujui para ahli kemudian dilanjutkan dengan validitas kostruk melalui uji coba dan instrument menggunakan sampel yang berjumlah 60 responden yang berbeda. Hasil coba instrument kemudian dianalisis.

Analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif, perlu dilakukan terhadap suatu penelitian untuk memperkuat argumentasi dan logika dalam menjawab dan mengimplementasikan dugaan, analisis ini dilakukan berdasarkan pada data yang dikumpulkan dari daftar pertanyaan (kuisisioner) yang diajukan kepada sample, dan dihitung menggunakan rumus korelasi *Product Moment* (Sugiyono, 2015:45).

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma XY - \Sigma X \Sigma Y}{\sqrt{\{(n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)\}}}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = banyaknya sampel

X = skor tiap item

Y = skor total variabel

$\Sigma x$  = jumlah skor item

$\Sigma y$  = jumlah skor total

Setelah nilai korelasi (r) diperoleh, kemudian nilai  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan dasar pengambilan keputusan adalah valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka alat ukur atau instrument penelitian yang digunakan adalah tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini item atau pernyataan pada kuisisioner yang sudah valid, diuji dengan rumus *Alpha Conback* dengan menggunakan program SPSS. Dasar pengambilan keputusan adalah reliabel jika  $\alpha > r_{tabel}$  (0,6).

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left[ 1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_b t^2} \right]$$

Dimana:

$r_{11}$  = reliabilitas instrument / koefisien reliabilitas

k = banyaknya butir pertanyaan / banyaknya soal

$\Sigma \sigma_b^2$  = jumlah varians butir

$\sigma_b t^2$  = varians total

## F. Pengujian Persyaratan Analisis untuk Regresi

### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan

yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat. Pengujian terhadap normalitas dapat dilakukan dengan uji kolmogorov smirnov.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah

Jika nilai probabilitas  $\leq 0.05$ , maka distribusi data adalah normal.

Jika nilai probabilitas  $> 0.05$ , maka distribusi data adalah tidak normal.

## 2. Uji Linieritas

Setelah data yang diperoleh sudah normal selanjutnya diuji dengan uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikansi. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah

- a) Jika nilai probabilitas  $\leq 0.05$ , maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linier.
- b) Jika nilai probabilitas  $> 0.05$ , maka hubungan antara variabel X dan Y adalah tidak linier.

## 3. Uji Homogen

Setelah data diperoleh sudah normal, selanjutnya diuji dengan homogenitas. Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui beberapa varian adalah sama atau tidak asumsi yang mendasari dalam analisis varian adalah varian dari populasi sama. Sebagai criteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

### H. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel tersebut (Sugiyono 2016: 192). Model regresi merupakan suatu model matematis yang dapat digunakan untuk mengetahui pola pengaruh antara dua variabel atau lebih. Persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y = variabel terikat  
 a = konstanta  
 b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub> = koefisien regresi  
 X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub> = variabel bebas  
 e = error treatment

## 1. Uji Hipotesis

### a. Uji t

Uji t dilaksanakan untuk mengetahui variabel x yang mana berpengaruh terhadap variabel dependen Y (Sigit 2010: 119). uji t menguji signifikansi pengaruh variabel bebas (x) secara parsial terhadap variabel terikat (y) yang dapat dihitung:

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

Dimana:

t : statistik t derajat bebas ke n-2  
 e : jenjang koefisien  
 n : banyaknya pengamat

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  atau bisa juga dengan memperhatikan signifikansi t lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau lebih besar 0,05 sehingga ditarik kesimpulan apakah hipotesis ( $H_0$ ) atau hipotesis alternative ( $H_a$ ) tersebut ditolak atau diterima.

Kriteria untuk menerima dan penolakan suatu hipotesis adalah:

1. Nilai signifikan  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.
2. Nilai signifikan Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima

## 2. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel X secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel dependent. Uji F membuktikan apakah terdapat minimal satu variabel Y (Sigit 2010: 141), uji dirumuskan dengan:

$$x = \frac{\sum(Y - Y_1)^2/k}{\sum(Y - Y_2)^2/(N - k - 1)}$$

Dimana:

- Y : nilai pengamatan  
 Y1 : nilai yang ditaksir  
 Y2 : nilai rata-rata pengamatan  
 N : jumlah sampel  
 K : jumlah variabel independent  
 F : koefisien 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

Kriteria untuk menerima dan penolakan suatu hipotesis adalah:

- Nilai  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.
- Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

### 3. Koefisien Determinan (Uji $R^2$ )

Koefisien determinan ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X). Bila nilai  $R^2 = 0$ , maka variasi dari variabel Y tidak dapat dijelaskan sama sekali oleh variabel X. Sedangkan bila nilai  $R^2 = 1$ , maka variasi dari variabel Y secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh variabel X. Sehingga baik buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh nilai  $R^2$  yang mempunyai nilai antara nol dan satu, perhitungan koefisien determinasi dengan menggunakan rumus (Sigit, 2010:140) sebagai berikut:

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

Dimana:

- $R^2$  : koefisien determinan  
 r : koefisien korelasi

## I. Hipotesis Statistik

Keputusan dari uji hipotesis ini dibuat berdasarkan pengujian hipotesis nol, dengan berarti tidak berharap adanya perbedaan antara sampel dan populasi atau statistik dan parameter. Ini adalah pengujian untuk menjawab pertanyaan yang mengasumsikan hipotesis nol yang benar adalah sebagai berikut:

a. Pengujian pengaruh  $X_1$  dan Y

$H_0 : \beta_1 \leq 0$  : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : \beta_1 > 0$  : terdapat pengaruh yang signifikan antara Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b. Pengujian pengaruh  $X_2$  dan Y

$H_0 : \beta_2 \leq 0$  : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : \beta_2 > 0$  : terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

c. Pengujian pengaruh  $X_3$  dan Y

$H_0 : \beta_3 \leq 0$  : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : \beta_3 > 0$  : terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

d. Pengujian pengaruh  $X_4$  dan Y

$H_0 : \beta_4 \leq 0$  : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : \beta_4 > 0$  : terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

e. Pengujian pengaruh  $X_1, X_2, X_3, X_4$  dan Y

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \leq 0$  : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Produk ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), Harga ( $X_3$ ) dan Lokasi ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 > 0$  : terdapat pengaruh yang signifikan antara Produk ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), Harga ( $X_3$ ) dan Lokasi ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).