

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono (2017:2) diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:35-36) metode kuantitatif adalah sebagai berikut: “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.” Penelitian ini akan menjelaskan hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang akan digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dinyatakan dengan angka. Penelitian ini menghubungkan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel moderasi.

2. Objek Penelitian

Penelitian dilaksanakan di outlet Mister Kebab, Jl. Ki Hajar Dewantara No. 59, Iringmulyo, kec. Metro Timur, Kota Metro.

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel-variabel penelitian digunakan membatasi ruang lingkup yang diteliti. Definisi operasional ini juga bermanfaat untuk mengarahkan kepada pengukuran variabel-variabel serta pengembangan instrumen.

1. Variabel (X1) Kualitas Produk

Definisi Konseptual: Kualitas Produk adalah kesegaran, tampilan, rasa, inovasi makanan.

Definisi Operasional: Kualitas Produk adalah kesegaran, tampilan, rasa, inovasi makanan yang diukur dengan kuesioner dengan skala likert yang diberikan kepada konsumen yang membeli produk di Mister Kebab.

2. Variabel (X2) Harga

Definisi Konseptual: Harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa.

Definisi Operasional: Harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa, meliputi indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat, yang diukur menggunakan skala likert dan diberikan kepada konsumen Produk Mister Kebab.

3. Variabel (Y) Keputusan Pembelian

Definisi Konseptual: Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dapat diartikan, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan

Definisi Operasional: Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dapat diartikan, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan dan dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian mempunyai indikator pilihan produk, pilihan merek, metode pembayaran, yang diukur menggunakan instrumen skala likert yang diberikan kepada konsumen Produk Mister Kebab.

4. Variabel (Z) Kepuasan Konsumen

Definisi Konseptual: Kepuasan pelanggan adalah anggapan kinerja produk memenuhi keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati, bukti fisik.

Definisi Operasional: Kepuasan pelanggan adalah anggapan keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati, bukti fisik, yang diukur dengan menggunakan skala likert dan diberikan kepada konsumen Produk Mister Kebab.

C. Tahapan Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, menurut Sugiyono (2018:136). Berdasarkan jumlah konsumen Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang membeli produk di Mister Kebab yaitu yang bertemu dengan peneliti 52 responden.

2. Sampel

Sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian, menurut Sugiyono (2017:137). Teknik pada penelitian ini menggunakan Accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Pembagian Kuesioner

Kuesioner yaitu suatu cara pengumpulan data dengan memberikan data atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan responden atau pertanyaan tersebut.

Tabel 5 Nilai dan Jawaban Kuesioner

Alternatif	Kategori	Keterangan
A	Sangat Setuju (SS)	5
B	Setuju (S)	4
C	Cukup Setuju (CS)	3
D	Tidak Setuju (TS)	2
E	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Instrumen Penelitian

Tabel 6 Kisi Kisi Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
1	Kualitas Produk (X1)	1.Kesegaran 2.Tampilan 3.Rasa 4.Inovasi makanan	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20
2	Harga (X2)	1.Keterjangkauan Harga 2.Kesesuaian Harga Dengan Kualitas 3. Daya Saing Harga 4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20
3	Keputusan Pembelian (Y)	1.Pilihan Produk 2.Pilihan Merek 3.Metode Pembayaran	1,2,3,4,5,6,7 8,9,10,11,12,13,14 15,16,17,18,19,20
4	Kepuasan Konsumen (Z)	1.Keandalan 2. Keresponsifan 3. Keyakinan 4. Empati 5.Bukti Fisik	1,2,3,4, 5,6,7,8, 9,10,11,12 13,14,15,16 17,18,19,20

Sumber: Sri 2023

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis melakukan beberapa analisis data dan pengujian hipotesis, sebagai berikut :

1. Pengujian persyaratan instrument

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknis analisis butir yaitu dengan jalan mengkorelasi skor butir (X) terhadap skor total instrument (Y). Dengan menggunakan rumus korelasi person produk momen :

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

(Sumber : sugiyono, 2016:183)

r_{xy} = Regresi produk momen

N= Jumlah Sampel

x = Skor pertanyaan

y = Skor total

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Sehingga hasilnya jika dibandingkan dengan r tabel dimana :

Df = n – k dan dengan $\alpha = 5\%$

Jika r hitung < r tabel dikatakan tidak valid

Jika r hitung > r tabel dikatakan valid

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu dapat diandalkan. Reliabilitas dianggap reliabel bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ jika rumus yang digunakan adalah rumus Cronbach Alpha Coefficient

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

(Sumber: Arikunto, 2010:239)

Dimana :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum ab^2$: Jumlah varians butir

$\alpha_b t^2$: Varians total

2. Pengujian persyaratan analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependennya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal yaitu distribusi tidak menyimpang ke kiri atau ke kanan

(kurva normal), menurut Ghozali (2018:111). Pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dalam program aplikasi SPSS dengan taraf probabilitas (sig) 0,05. Kriteria pengujian uji Kolmogorov-Smirnov adalah nilai probabilitas (sig) > 0,05, maka data berdistribusi normal, sedangkan nilai probabilitas (sig) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal. Rumus Kolmogorov Smirnov adalah

$$KD = 1,36 \frac{\sqrt{n^1 + n^2}}{n^1 + n^2}$$

(Sumber: Ghozali, 2018:11)

Keterangan:

KD = Jumlah Solgomorv Sminov Yang Dicari

n^1 = Jumlah Sampel Yang Diperoleh

n^2 = Jumlah Sampel Yang Diharapkan

Data dianggap normal jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($P > 0,05$). Di sisi lain, jika nilai signifikan pada titik ($P < 0,05$) kurang dari 0,05 maka data tersebut ditentukan tidak normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan test for linearity dengan pada taraf 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan (Linearity) besar dari 0,05.

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas merupakan salah satu pengujian prasyarat analisis untuk mengetahui kesamaan varian suatu data yang diambil (Ghozali, 2018). Berdasarkan dari perolehan perhitungan tes ini akan menampilkan nilai signifikansi (p). Nilai signifikansi ($p > 0,05$) maka menunjukkan data mempunyai varians serupa (homogen).

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk menarik

kesimpulan jika F hitung lebih besar dari F tabel maka variannya homogen. Namun, jika F-hitung lebih besar dari F-tabel, maka variansinya tidak homogen.

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali,2018)

b. Uji Parsial (uji t)

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Dimana jika nilai sig t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y, sedangkan jika nilai sig >0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y (n : jumlah sampel ; k: jumlah variabel bebas).

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

Keterangan:

t = T Hitung

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Sampel

Dasar Pengambilan keputusan:

Jika nilai sig \leq 0,05 dan koefisien beta positif, maka hipotesis diterima.

Jika nilai sig > 0,05 dan koefisien beta negatif, maka hipotesis tidak ditolak.

c. Uji Simultan (uji F)

Uji F disebut juga uji signifikan serentak, pada dasarnya uji F ini menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang diamsusikan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Imam Ghozali, 2018). Uji F ini dapat dilakukan dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika maka hipotesis alternatif diterima (layak digunakan), demikian pula

sebaliknya. Taraf nyata yang digunakan adalah sebesar 5%. Dalam penelitian digunakan tingkat signifikan (α) 0,05 atau 5%. Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak yaitu dilakukan dengan cara menguji nilai F. Apabila nilai F positif berarti hipotesis diterima, jika nilai F negatif maka hipotesis ditolak.

d. Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Pengujian ini menunjukkan signifikansi hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien antara 0 dan 1, semakin mendekati 1 berarti semakin signifikan (Ghozali, 2018). Dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

KD= Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien korelasi

4. Hipotesis Statistik

a. Moderated Regression Annalisis

Penelitian ini menggunakan metode analisis *moderrated regression analysis (MRA)*. MRA merupakan analisis regresi moderasi yang menggunakan pendekatan analitik yang mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderasi. Adapun tahapan pengujian yang dilakukan sebelum diajukan model MRA, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Dikarenakan jenis data panelitian yang digunakan adalah data panel maka akan dilakukan uji kelayakan model dengan software eviews. Setelah pengajuan model MRA baru dilakukan uji hipotesis untuk menjawab hipotesis penelitian, Menurut Ghozali (2018). Dengan rumus persamaannya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_1X_2 + e$$

Keterangan:

Y: Keputusan Pembelian

a: Nilai Konstanta

b1b2: Arah Koefisien Regresi

X: Variabel bebas (Kualitas Produk (X1), Harga (X2))

Z: Variabel Moderasi (Kepuasan Konsumen)

X*Z: Interaksi antar variabel bebas dengan variabel moderasi

e: *Error term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

b. Hipotesis Statistik

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

$H_0: \beta_1 < 0$: Kualitas Produk (X₁) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Ha : $\beta_1 > 0$: Kualitas produk (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_0: \beta_2 < 0$: Harga (X₂) tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Ha : $\beta_2 > 0$: Harga (X₂) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

$H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 < 0$: Kualitas Produk (X₁), Harga (X₂) dan Kepuasan Konsumen (Z) secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Ha : $\beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$: Kualitas Produk (X₁), Harga (X₂) dan Kepuasan Konsumen (Z) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0: \beta_1, \beta_2, < 0$: Kualitas Produk (X₁), Keputusan Pembelian (Y) tidak dimoderasi oleh Kepuasan Konsumen (Z)

Ha : $\beta_1, \beta_2, > 0$: Kualitas Produk (X₁), Keputusan Pembelian (Y) dimoderasi oleh Kepuasan Konsumen (Z)

$H_0: \beta_1, \beta_2 < 0$: Harga (X_2), Keputusan Pembelian (Y) tidak dimoderasi oleh Kepuasan Konsumen (Z)

$H_a: \beta_1, \beta_2 > 0$: Harga (X_2), Keputusan Pembelian (Y) dimoderasi oleh Kepuasan Konsumen (Z)