

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif. Strategi penelitian asosiatif adalah suatu metode dalam meneliti suatu obyek yang tujuannya untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono 2014:55). Dalam hal ini, peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh antara variabel  $X_1$  (kulitas produk), variabel  $X_2$  (promosi), variabel  $X_3$  (harga) dengan variabel Y (keputusan pembelian) pada burger King MallArtha Gading.

#### **3.2. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Populasi merupakan wilayah generalisasi, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2014:80). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Burger King Mall Artha Gading, Jakarta Utara.

##### **3.2.2. Sampel Penelitian**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:120). Dalam penelitian ini Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik *Purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan yang digunakan adalah dalam penelitian ini bagi responden yang sudah 2 (dua) kali melakukan pembelian ulang di Burger King Mall Artha Gading maka akan dijadikan sampel. Populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui dan tidak ada jumlahnya yang akurat berapa jumlah orang yang melakukan pembelian pada Burger King cabang

Artha Gading. Berikut perhitungan dalam menentukan jumlah sampel Arikunto (2013:49):

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2} \dots \dots \dots (3.1)$$

Keterangan :

n = Sampel / Jumlah Sampel

Z =Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 90%

( maka Z = 1,64 dan  $\alpha = 10\%$  )

Moe = *Margin of error*, atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, ditetapkan sebesar 10%.

Perhitungan:

$$n = \frac{(1,64)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 67,24$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 67,24 responden dan dibulatkan menjadi sebanyak 68 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metoda pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan pada responden.

### 3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

#### 3.3.1. Jenis Data

##### 1) Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data dengan observasi langsung (Sugiyono, 2014:224). Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu persepsi responden berkaitan dengan variabel penelitian.

### 3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

#### 1. Pengumpulan Data Primer

Metoda pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2014:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab atau diberi tanggapan. Metode ini dipilih untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian.

Pengumpulan data dari responden dengan menggunakan kuesioner tertutup, yaitu dengan cara:

- 1) Mendatangai langsung objek yang menjadi tempat penelitian.
- 2) Memberikan lembar pertanyaan/pernyataan kepada responden yang membeli, dengan menanyakan terlebih dahulu, bagi responden yang sudah 2 (dua) kali melakukan pembelian maka akan dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Untuk menilai sikap dan persepsi responden tentang kualitas produk, promosi dan harga dengan keputusan pembelian, dalam penelitian ini menggunakan skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Dimana jawaban setiap item instrument mempunyai bobot nilai seperti yang tercantum pada Tabel 3.1. sebagai berikut :

**Tabel 3.1.** Skala *Likert* untuk Instrumen Penelitian

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Cukup Setuju	CS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : ( Sugiyono, 2014 )

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu kualitas produk, promosi dan harga dan satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Variabel tersebut lalu diukur dan dijabarkan ke beberpa indikator variabel (Sugiyono,

2014:59). Masing-masing indikator variabel mempunyai sub indikator tertentu, dan selanjutnya sub indikator tersebut dijadikan sebagai dasar untuk membuat pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner penelitian. Adapun indikator variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.2.** Indikator-indikator Variabel Penelitian

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No. Item</b>
Kualitas Produk (Kotler & Keller, 2012:283)	• Kinerja	- Kemudahan konsumsi dimana saja, tanpa menggunakan tempat tertentu.	1
	• Ketahanan	- Makanan yang disajikan tidak cepat basi.	2
	• Keistimewaan produk	- Tampilan penyajian makanan menarik	3
	• Estetika	- Produk dikemas dengan menarik	4
Promosi (Kotler & Keller, 2012:272)	• Periklanan	- Iklan media elektronik / televisi mampu menarik perhatian konsumen - Iklan media cetak/isi pesan brosur mudah dimengerti oleh konsumen	1 2
	• Promosi penjualan	- Burger King memberikan potongan harga kepada konsumen	3
	• Pemasaran dari mulut ke mulut	- Rekomendasi dari konsumen lain yang pernah membeli	4
Variabel Penelitian	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No. Item</b>
	• Kesesuaian harga dengan kualitas produk	-Harga sesuai dengan kualitas produk yang diharapkan	1
	• Daya saing harga	- Harga produk yang ditawarkan lebih murah dibanding pesaing sejenis	2
Harga (Kotler & Armstrong, 2012:278)	• Kesesuaian harga dengan manfaat	- Harga sesuai dengan manfaat yang diharapkan	3
	Keputusan	• Pilihan produk	-Pembelian berdasarkan kebutuhan -Pembelian berdasarkan kualitas produk

Pembelian (Kotler &  Variabel Penelitian	• Pilihan merek	- Pembelian berdasarkan kepopuleran /Popularitas merek	3
	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No. Item</b>
Keller, 2012:189)	• Waktu pembelian	- Pembelian dilakukan pada saat weekend	4
	• Metode pembayaran	- Pembayaran dengan cara tunai - Pembayaran menggunakan kartu debit	5 6

Agar kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer maka sebelum digunakan harus dilakukan pengujian terlebih dahulu, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas

#### 1) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2014:275) pengujian validitas ini diukur dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Kuesioner ini dikatakan valid apabila nilai validitas ( $r_{hitung}$ ) lebih besar dari  $r_{kritis}$  ( $r^{\alpha}$ ,  $n-2$  ( $68-2 = 66$ )) yang mana 66 jatuh pada 0,2012 ( $r_{kritis}$ ), sehingga faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat atau memiliki validitas konstruksi baik dan sebaliknya jika nilai validitas atau memiliki validitas konstruksi kecil dari 0,2012 maka instrument penelitian dikatakan tidak valid.

#### 2) Uji Reliabilitas

Uji realibilitas ini bertujuan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pengujian realibilitas instrument dilakukan dengan menggunakan *cronbach's alpha*. Pemberian interpretasi terhadap reliabilitas variabel dapat dikatakan reliable (reliable) jika koefisien variabalnya lebih dari 0,6. Instrumen penelitian ini dikatakan reliabel penelitian ini dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* > 0,60. (Sugiyono, 2013:190).

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substansial dari suatu konsep, tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasional alat ukur yang digunakan untuk kuantifikasi gejala variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2014:59), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. variabel bebas terdiri dari kualitas produk ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ), sedangkan sebagai variabel terikat yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ).

- a) Kualitas produk, adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Variabel ini diukur berdasarkan 7 (tujuh) indikator yang terdiri dari kinerja, daya tahan, kehandalan, keistimewaan, kualitas kesesuaian, estetika, dan desain.
- b) Promosi, adalah segala aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produk perusahaan kepada konsumen dan membujuk atau mempengaruhi konsumen untuk membeli produk perusahaan. Variabel ini diukur berdasarkan 6 (enam) indikator yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut.
- c) Harga, adalah jumlah uang yang dikenakan pada jasa. secara luas ialah jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Variabel ini diukur berdasarkan indikator yang terdiri dari kesesuaian harga, keterjangkauan harga dan potongan harga.
- d) Keputusan Pembelian, adalah sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk. Variabel ini diukur berdasarkan 6 (enam) indikator yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan

merek, pemilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, metode pembayaran.

### **3.5. Metoda Analisis Data**

#### **3.5.1. Cara pengolahan dan penyajian data**

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and service Solution*) versi 22.0, hal ini disebabkan metoda analisa dalam penelitian ini menggunakan koefisien determinasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis (parsial dan stimultan).

#### **3.5.2. Cara Penyajian Data**

Setelah data diolah, kemudia diperoleh hasil atau output *SPSS*. Hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel tujuannya agar data mudah dibaca dan dimengerti. Data dalam penelitian ini berupa tabel dalam menjelaskan penelitian yang akan diuji seperti hasil perhitungan uji validitas dan reliabilitas adalah analisis koefisien determinasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis (parsial dan simultan).

#### **3.5.3. Analisis Statistik Data**

Analisis statistik data disebut juga pengolahan data dan penafsiran data. Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematis, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitngan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesisi.

Analisisi statistik data dalam penelitian ini menggunakan pengujian koefisien determinasi yang berfungsi untuk mengetahui besarnya pengaruh dalam bentuk (%) antara variabel yang diteliti, dan pengujian hipotesis yang berfungsi untuk mengetahui pengaruhnya secara signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah analisis koefisien determinasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesisi (parsial dan simultan).

### 1) Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (KD) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013:97). Koefisien determinasi (KD) atau biasa dikenal dengan R<sup>2</sup> digunakan untuk melihat kontribusi kemampuan menjelaskan dari variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel terikat, dimana nilai koefisiennya terletak antara nol sampai satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Nilai KD atau R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2013:98).

Untuk mengukur besarnya pengaruh antar variabel independen terhadap dependen, berikut rumus untuk koefisien determinasi (KD) parsial dan simultan:

#### 1) Koefisien Determinasi Parsial

- a. Determinasi parsial antara X<sub>1</sub> terhadap Y (X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> konstan)

$$KD_{1.23} = r_{Y1.23}^2 \times 100\%$$

- b. Determinasi parsial antara X<sub>2</sub> terhadap Y (X<sub>1</sub> dan X<sub>3</sub> konstan)

$$KD_{2.13} = r_{Y2.13}^2 \times 100\%$$

- c. Determinasi parsial antara X<sub>3</sub> terhadap Y (X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> konstan)

$$KD_{3.12} = r_{Y3.12}^2 \times 100\%$$

#### 2) Koefisien Determinasi Berganda

- a. Determinasi berganda antara X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> terhadap Y (X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> konstan)

$$KD_{123} = r_{Y123}^2 \times 100\%$$

### 3) Pengujian Hipotesis



Pengujian hipotesis terhadap  $\rho$  digunakan untuk mengetahui signifikan variabel independen terhadap variabel dependen terkait secara parsial maupun simultan, berikut langkah uji hipotesis didalam penelitian ini:

### 1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial

#### a) $X_1$ terhadap Y

Ho:  $\rho_{y1.23} = 0$  Secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ha:  $\rho_{y1.23} \neq 0$  Secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### b) $X_2$ terhadap Y

Ho:  $\rho_{y2.13} = 0$  Secara parsial promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ha:  $\rho_{y2.13} \neq 0$  Secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### c) $X_3$ terhadap Y

Ho:  $\rho_{y3.12} = 0$  Secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ha:  $\rho_{y3.12} \neq 0$  Secara parsial harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Untuk menguji pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat secara parsial, dilihat dari *significancet* dibandingkan dengan taraf nyata  $\alpha$  (10% = 0,1%). Kriteria pengujiannya adalah :

Ho ditolak jika *significance t* < 0,1

Ho diterima jika *significance t*  $\geq$  0,1

## 2. Pengujian hipotesis secara Simultan

Ho:  $\rho_{y123} = 0$                       Secara simultan kualitas produk, promosi dan harga tidak signifikan terhadap keputusan pembelian

Ha:  $\rho_{y123} \neq 0$                       Secara simultan kualitas produk, promosi dan harga signifikan terhadap keputusan pembelian)

Dapat disimpulkan, maka *significance F* dibandingkan taraf nyata  $\alpha$  (10% = 0,1) dengan kriteria:

Ho ditolak, jika *significance F* < 0,1

Ha diterima, jika *significance F*  $\geq$  0,1

Setelah dilakukan pengujian hipotesis mengenai koefisien korelasi populasi diatas, jika hasil signifikan maka koefisien korelasi tersebut dapat digunakan untuk menghitung koefisien determinasi (KD).