

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang akan digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*), disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian dalam bidang antropologi budaya, disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya bersifat kualitatif. Alasan peneliti menggunakan strategi ini karena dalam penelitian ini akan menggunakan proses wawancara yang di iringi dengan pemberian kuisisioner dan observasi sebagai startegi untuk mendapatkan data yang dapat memberikan informasi bagi peneliti. Dengan menggunakan proses tersebut peneliti akan dapat mengumpulkan data-data dan informasi tentang objek yang akan ditelitinya dan menggunakan data yang dapat dicatat berdasarkan periode waktu harian, mingguan dan bulanan ataupun periode waktu tertentu lainnya dalam rentang waktu yang sama.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Starbucks Coffee yang berada di Stasiun Gambir. Jumlah populasi tidak bisa diperhitungkan jadi tidak semua populasi ini akan menjadi objek penelitian, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel lebih lanjut.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) 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. Dalam pemilihan sampel terdapat teknik sampling untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian.

Menurut Sugiono (2017:82) Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pada penelitian ini peneliti menggunakan simple random sampling. Menurut Sugiyono (2017:82) Simple Random Sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Peneliti menggunakan persamaan jumlah anggota sampel minimal 10-25 kali dari variabel yang diteliti yaitu 4 variabel berdasarkan pendapat Adlan dan Manurung (Sugiyono, 2017:82), maka didapatkan hasil 40-100 responden dan peneliti menentukan untuk meneliti 100 responden.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017:137) mendefinisikan sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Pada tahap ini peneliti berusaha mendapatkan informasi secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian, dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a. Wawancara

Menurut Sugiyono (2017:140) wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai.

b. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:145) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden, selain itu kuisisioner juga cocok untuk digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar diwilayah yang luas.

c. Obervasi

Suatu metode atau cara-cara yang menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017:193) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data. Sebagian besar tujuan penelitian adalah untuk memperoleh data yang relevan, dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yang didapat dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner oleh konsumen Starbucks Coffee Stasiun Gambir. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan word of mouth terhadap keputusan pembelian. Data yang diperlukan :

1. Riset Pustaka

Pada tahap ini, peneliti berusaha untuk memeproleh berbagai informasi sebagai pedoman dalam mengolah data dengan cara membaca, mengutik, mempelajari dan mengumpulkan beberapa teori yang ada pada buku-buku, jurnal,

makalah dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul yang diteliti.

2. Identitas Responden
3. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian
4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian
5. Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian
6. Keputusan pembelian

3.3.2 Pengukuran Variabel

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah menggunakan wawancara, kemudian memberikan kuisioner yang akan berisi tanggapan-tanggapan mengenai variabel-variabel yang diteliti. Untuk keperluan analisis, peneliti mengumpulkan data yang didapat dari kuisioner dengan cara memberikan bobot penilaian terhadap setiap jawaban pertanyaan berdasarkan Skala Likert.

Menurut Sugiyono (2017:134) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.1 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	2
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	5

Sumber: Sugiyono (2012)

3.4. Operasionalisasi Variabel

Pengertian operasional variabel menurut Sugiyono (2017:38) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Agar penelitian ini lebih jelas maka variabel-variabel penelitian perlu didefinisikan terlebih dahulu. Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel-variabel tersebut. Operasional variabel dalam penelitian ini kemudian diuraikan menjadi beberapa indikator meliputi :

Tabel 3.2

Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Sub-Indikator	No Item
Persepsi Harga (X1) Lichtenstein et.al dalam Gecti (2016:160)	1. Hubungan kualitas dengan harga	a. Keyakinan konsumen akan harga produk yang dibeli	1
		b. Harga yang ditawarkan sesuai dengan produk yang dihasilkan	2
		2. Kesadaran nilai	Nilai kepuasan yang didapatkan konsumen sesuai dengan harga yang dibayarkan
	3. Kesadaran harga	a. Kesadaran konsumen akan harga yang terlalu mahal	4
		b. Fokus konsumen kepada harga yang lebih murah	5
Kualitas Pelayanan (X2) Hardiansyah (2011:46)	1. Tangibles (berwujud)	a. Kenyamanan tempat dalam melakukan pelayanan	1
		b. Penampilan pelayan dalam melayani	2
	2. Realibility (kehandalan)	a. Kecermatan pelayan dalam melayani	3

		b. Starbucks Coffee memiliki standar pelayanan yang jelas	4
	3. Responsivess (ketanggapan)	a. Merespon setiap pelanggan b. Melayani dengan cepat	5 6
	4. Assurance (jaminan)	Starbucks Coffee memberikan jaminan dalam pelayanan (waktu, biaya, legalitas, kepastian)	7
	5. Emphaty (empati)	a. Mendahulukan kepentingan pelanggan b. Melayani dengan sikap ramah	8 9
Word Of Mouth (X3) Barry (2014:133)	1. Kemauan konsumen	a. Kumpulan target yang membicarakan Starbucks Coffee b. Memberikan dampak positif bagi Starbucks Coffee	1 2
	2. Rekomendasi kepada orang lain	Hal-hal yang berkaitan dengan Starbucks Coffee	3
	3. Dorongan untuk melakukan pembelian	Media yang digunakan sebagai penyebar informasi	4
	4. Konsumen memberikan feedback	a. Melakukan pengawasan terhadap konsumen b. Mempelajari masukan positif dan negatif dari konsumen	5 6
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Keller	1. Pengambilan keputusan pada produk yang penting untuk konsumen	Sebuah produk menjadi kebutuhan yang penting	1

(2012:25)			
	2. Kebiasaan pembelian produk melalui orang terdekat	Mendapatkan informasi dari berbagai sumber tentang Starbucks Coffee	2
	3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Melakukan berbagai cara menyampaikan informasi yang berguna kepada orang lain	3
	4. Memberikan masukan bagi perusahaan	Menilai perusahaan dengan hasil atas kegunaan produknya	4
	5. Melakukan pembelian ulang atas produk	Kepuasan atas kualitas produk dan pelayanan	5

Sumber: Lichtenstein et.al dalam Gecti (2014:148), Hardiansyah (2011:46), Sernovitz (2009:31), Kotler dan Keller (2009:184)

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode survei adalah metode pengumpulan data yang berupa opini dari subyek yang diteliti dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner sebagai instrument penelitian merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawab. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner ini dapat diuji dengan uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Suatu instrumen dinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas adalah pengujian yang ditujukan untuk mengetahui suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Sugiyono (2017:125) Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang

seharusnya diukur. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti

Dalam melakukan pengujian validitas, digunakan alat ukur berupa program komputer yaitu *IBM SPSS Statistics 20*. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan skor butir (x) dengan skor total (y) menggunakan rumus teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Rumusnya sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}} \dots\dots\dots (3.1)$$

- Dimana : r = Koefisien Korelasi *Pearson Product Moment*
 n = Jumlah Sampel
 x = Skor Pertanyaan
 y = Skor Total

Perhitungan valid tidaknya suatu butir pertanyaan dilakukan dengan cara membandingkan angka koefisien korelasi butir dengan angka tabel. Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat angka koefisien korelasi (r_{xy}) dan nilai signifikansinya pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Apabila nilai probabilitas signifikansi $\geq 0,30$, maka dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2017:135) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama. Metode yang digunakan selama penelitian untuk mengukur reliabilitas *Cronbach's Alpha*. *Alpha* (α) suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika memiliki *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$ dan dinyatakan tidak reliabel apabila $< 0,60$. Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan suatu instrumen realibel atau tidak sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_j^2}{\sigma^2} \right) \dots \dots \dots (3.2)$$

- Dimana:
- r_{11} = koefisien reliabilitas instrument (*Cronbach alpha*)
 - k = banyaknya butiran pertanyaan
 - $\sum \sigma_i^2$ = jumlah varian butir; $i = 1, 2, \dots, k$
 - σ^2 = varian total

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Tahap Pengolahan Data

Proses pengolahan data di dalam penelitian ini merupakan proses yang bertujuan supaya data yang telah dikumpulkan dapat memberikan kejelasan dan mudah dimengerti dan akan menggunakan program komputer *SPSS (Statistical Program for Social Sciences)*. Hal ini dilakukan agar dalam proses pengolahan data statistik dapat dilakukan dengan tepat dan cepat.

3.5.2 Penyajian Data

Data yang telah diperoleh dan diolah akan disajikan dalam bentuk tabel agar lebih sistematis dalam memahami dan menganalisis data yang tersedia.

3.5.3 Analisis Statistik Data

Menurut Sugiyono (2017:147) Analisis statistik bertujuan untuk menganalisis dan melakukan perhitungan data dengan cara mendeskripsikan dan menggambarkan data yang telah terkumpul untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis penelitian.

3.5.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Koefisien determinasi merupakan nilai

yang menunjukkan kemampuan variabel x menjelaskan keragaman dari y, dimana nilai koefisien determinasi (KD) dirumuskan dengan:

$$KD = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.3)$$

Dimana:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

3.5.5 Pengujian Hipotesis

3.5.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t yaitu pengujian signifikansi untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap Y, apakah berpengaruh signifikan atau tidak Priyatno (2014:99). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen secara individual dan menganggap dependen yang lain konstan signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t tabel dengan nilai t hitung . Apabila nilai t hitung $>$ t tabel, maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen. Tahap-tahap yang digunakan:

1. Merumuskan hipotesis:

$H_0 : \beta_1 = 0$: Persepsi Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

$H_a : \beta_1 \neq 0$: Persepsi Harga secara parsial berpengaruh terhadap signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

$H_0 : \beta_2 = 0$: Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

$H_a : \beta_2 \neq 0$: Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan

terhadap Keputusan Pembelian.

$H_0 : \beta_3 = 0$: Word Of Mouth secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

$H_a : \beta_3 \neq 0$: Word Of Mouth secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

2. Menentukan taraf nyata:

$\alpha = 5\%$ atau 0,05

Df = n-1-k

3. Mencari t_{hitung}

$t_{hitung} = b i s(b) i$

4. Kriteria pengujian

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan menerima H_1

$t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan menolak H_1

5. Uji t juga bisa dilihat pada signifikansinya

Jika tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.5.5.2 Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis nol bahwa koefisien determinasi majemuk dalam populasi, R^2 sama dengan nol. Uji signifikansi meliputi pengujian signifikansi persamaan regresi keseluruhan serta koefisien regresi parsial spesifik. Uji keseluruhan dapat dilakukan dengan menggunakan statistik F.

$$F_{hitung} = \frac{KTR}{KTS}$$

$$KTR = \frac{JKR}{k}$$

$$KTS = \frac{JKS}{n-k-1}$$

$$JKT = JKR - JKS$$

$$JKR = \sum_{i=1}^n (\hat{Y}_i - \hat{Y})^2 \text{ atau } JKR = b^T x^T y \frac{\sum y^2}{n}$$

$$JKS = (Y_i - \hat{Y})^2 - e^T e$$

Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y secara bersama-sama (simultan) maka digunakan uji F.

Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut :

- a. Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.