

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1 Strategi Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu strategi penelitian asosiatif. Menurut *Sugiyono (2013: 11)* penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Penelitian ini pada dasarnya untuk menunjukkan kebenaran dan pemecahan masalah atas apa yang diteliti untuk mencapai tujuan tersebut, dilakukan suatu metode yang tepat dan relevan untuk tujuan yang diteliti.

Pengertian Metode Penelitian menurut *Sugiyono (2014: 2)* adalah :  
Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

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

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian atau semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian . Sedangkan menurut (*Sugiyono, 2012*) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun populasi penelitian dalam penelitian ini adalah semua konsumen Bijing Nabe dari tahun 2019 dengan jumlah populasi yang didapat dalam penelitian ini sebesar 75.360 konsumen (*sumber:restoran*).

### 3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Metoda pemilihan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan memiliki kriteria tertentu terhadap sampel yang akan diteliti.

Kriteria sampel yang menjadi pertimbangan dalam penelitian ini yaitu :

1. Pria dan wanita dengan usia lebih dari 17 tahun. Dengan usia yang sudah dewasa diharapkan responden mengerti dan menjawab sesuai dengan pertanyaan.
2. Customer Restoran Bijin Nabe minimal 1 kali atau lebih selama restoran ini didirikan. Karakteristik ini diambil dengan alasan bahwa konsumen yang telah melakukan transaksi pembelian sebanyak 2 kali atau lebih, akan mempunyai penelitian yang lebih objektif mengenai kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen yang mereka rasakan selama berada di Restoran Bijin Nabe.

Sampel penelitian dalam penelitian ini adalah konsumen restoran Bijin Nabe di Plaza Senayan yang memenuhi kriteria diatas. Menurut Husen Umar (2011), penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{75.360}{1 + 75.360(0.1)^2}$$

$$n = \frac{75.360}{1 + 75.360(0.01)}$$

$$n = \frac{75.360}{754,6} = 99,86 \quad \text{dibulatkan 100}$$

Keterangan :

$n$  = Ukuran Sampel

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  = Persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 10%

### 3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

#### 3.3.1. Jenis data

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi dengan cara membagikan kuesioner dengan tamu yang dapat memberikan data atau informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum.

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono, 2019). Cara untuk menguji validitas adalah pertama membuat kuesioner kemudian langkah selanjutnya menguji apakah kuesioner yang dibuat tersebut valid atau tidak. Pengukuran uji validitas item adalah dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total dari semua item yang ada. Teknik uji menggunakan teknik *Bivariate Pearson* (korelasi Produk Momen Pearson) dengan menggunakan *software SPSS*. Analisis *Bivariate Pearson* ini dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Analisis ini dilakukan dengan uji 2 sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Jika hasil menunjukkan  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka item pertanyaan berkorelasi (valid), jika hasil menunjukkan  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka item pertanyaan tidak berkorelasi (tidak valid) (Perdana, 2016).

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik pengukuran reliabilitas menggunakan Teknik *Cronchbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu instrumen atau variabel dapat dikatakan *reliable* apabila nilai *cronchbach's alpha*  $> 0,6$  (Perdana, 2016).

### 3.3.2. Metoda pengumpulan data

#### 1. Kuesioner

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup. Kuesioner yang disebar terdiri dari beberapa pertanyaan seputar variasi menu, store atmosfer dan citra restoran.

#### 2. Riset Lapangan

Pengambilan data dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian, yaitu Restoran Bijin Nabe.

Pengukuran variabel ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Sugiyono, 2019).

**Tabel 3.1.** Skala Likert

No	Pernyataan	Nilai Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Setuju	3
4	Sangat Setuju	4

### 3.4 Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sub.Indikator	No.Item
<b>Variasi Menu (X<sub>1</sub>)</b>	Rasa	Tanggapan indra terhadap rangsangan saraf, seperti manis, pahit dan asam	1
	Aroma	Reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen	2
	Bentuk	Cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi	3
<b>Store Atmosphere (X<sub>2</sub>)</b>	Cahaya	Setiap toko harus memiliki pencahayaan yang cukup, karena warna dan tata cahaya dapat memberikan persepsi pada pelanggan	1
	Suhu	Dalam hal ini pengelola harus dapat mengatur suhu ruangan, agar udara di dalam ruangan jangan terlalu panas atau dingin sesuai dengan kondisi dan kapasitas dalam ruangan	2
	Music	Memberikan suasana lebih santai pada konsumen. Khususnya konsumen yang ingin menikmati suasana yang santai dengan menghilangkan kejenuhan, kebosanan maupun stress sambil menikmati makanan.	3
<b>Citra Restoran (X<sub>3</sub>)</b>	Personal	Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran.	1
	Reputasi	Hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain.	2
	Nilai	Nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan.	3

	Identitas Perusahaan	Komponen yang mempermudah pengenalan public sasaran terhadap perusahaan.	4
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Pilihan Produk	Pembeli dapat memutuskan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain.	1
	Pilihan Merek	Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli.	2
	Pilihan Penyalur	Pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi.	3
	Waktu Pembelian	Keputusan pembeli dalam pemilihan waktu berbeda-beda.	4
	Jumlah Pembelian	Pembeli dapat mengambil keputusan mengenai berapa banyak produk yang akan dibelinya.	5
	Metode Pembayaran	Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan.	6

### 3.5 Metoda Analisis Data

#### 3.5.1 Pengolahan data dan penyajian data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program komputer *SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 23.0* dan manual. Hal ini dilakukan agar mengolah data statistik dapat dilakukan dengan cepat dan tepat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei. Metode survei merupakan metode pengumpulan data yang berupa opini dari subyek yang diteliti dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner sebagai instrument penelitian merupakan satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada

responden untuk kemudian dijawab. Pernyataan-pernyataan dalam kuisisioner ini diuji dengan uji validitas dan realibilitas.

### 3.5.2 Analisis statistik data

#### 3.5.2.1 Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ )

Ghozali 2016 menyatakan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  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 variasi variabel dependen. Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (Independen) terhadap variabel terkait (dependen) secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus :

#### 1) Koefisien determinasi parsial

- a) Pengaruh determinasi parsial  $X_1$  (variasi menu) terhadap Y (keputusan pembelian) dimana  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  konstan.

$$KD_{y1.234} = (r^2_{y1.234}) \times 100\% \dots \dots \dots (3.8)$$

- b) Pengaruh determinasi parsial  $X_2$  (store atmosphere) terhadap Y (keputusan pembelian) dimana  $X_1$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  konstan.

$$KD_{y2.134} = (r^2_{y2.134}) \times 100\% \dots \dots \dots (3.9)$$

- c) Pengaruh determinasi parsial  $X_3$  (citra restoran) terhadap Y (keputusan pembelian) dimana ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_4$  konstan)

$$KD_{y3.124} = (r^2_{y3.124}) \times 100\% \dots \dots \dots (3.10)$$

#### 2) Koefisien determinasi simultan

Pengaruh determinasi simultan variasi menu ( $X_1$ ), store atmosphere ( $X_2$ ), citra restoran ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian (Y).

$$KD_{y1234} = (r^2_{y1234}) \times 100\% \dots \dots \dots (3.11)$$

### 3.5.2.2 Pengujian hipotesis

Ghozali, 2016 menjelaskan bahwa pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (dengan uji t) maupun secara bersama-sama dengan (uji F). Dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien determinasi (KD). Nilai koefisien determinasi merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi ( $r^2$ ). Oleh karena itu, dalam pengujian hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap  $\rho$ .

#### 1) Pengujian hipotesis t (parsial)

- a. Pengaruh  $X_1$  (Variasi Menu) terhadap Y (Keputusan Pembelian)
  - $H_0: \rho_{y_{1.234}} = 0$  Tidak terdapat pengaruh antara variable ( $X_1$ ) variasi menu terhadap (Y) keputusan pembelian.
  - $H_a: \rho_{y_{1.234}} \neq 0$  Terdapat pengaruh antara variable ( $X_1$ ) variasi menu terhadap (Y) keputusan pembelian.
- b. Pengaruh  $X_2$  (store atmosphere) terhadap Y (Keputusan Pembelian)
  - $H_0: \rho_{y_{2.134}} = 0$  Tidak terdapat pengaruh antara variabel ( $X_2$ ) *store atmosphere* terhadap (Y) keputusan pembelian.
  - $H_a: \rho_{y_{2.134}} \neq 0$  Terdapat pengaruh antara variabel ( $X_2$ ) *store atmosphere* terhadap (Y) keputusan pembelian.
- c. Pengaruh  $X_3$  (citra restoran) terhadap Y (Keputusan Pembelian)
  - $H_0: \rho_{y_{3.124}} = 0$  Tidak terdapat pengaruh antara variabel ( $X_3$ ) citra restoran terhadap (Y) keputusan pembelian.
  - $H_a: \rho_{y_{3.124}} \neq 0$  Terdapat pengaruh antara variabel ( $X_3$ ) citra restoran terhadap (Y) keputusan pembelian.

#### 2) Pengujian hipotesis f (simultan)

- a.  $H_0: \rho_{y_{1.234}} = 0$  variasi menu, store atmosphere dan citra restoran tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b.  $H_a: \rho_{y_{1.234}} \neq 0$  variasi menu, store atmosphere dan citra restoran signifikan terhadap keputusan pembelian.