

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode survey dengan menggunakan kuesioner yang akan dibagikan kepada para konsumen. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses dalam menemukan dan menelaah pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menemukan keterangan – keterangan yang ingin kita ketahui. Menurut Sugiyono (2018:15), Penelitian kuantitatif adalah metode yang berdasarkan filsafat positivisme bertujuan menggambarkan dan menguji yang dibuat peneliti. Pada penelitian ini yang menjadi target populasi yaitu konsumen Restoran Rockstar Audos. Dan variabel yang akan diamati adalah variabel independen dalam penelitian ini, yaitu berdasarkan Pengaruh Cita Rasa, *Store Atmosphere* dan *Celebrities Endorsement*.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah sekelompok orang secara keseluruhan yang ingin diteliti oleh peneliti untuk mengidentifikasi sebuah hal minat atau kejadian yang sedang terjadi (Sekaran dan Bougie, 2016). Populasi dapat juga disebut sebagai sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi objek penelitian, atau himpunan semua yang ingin diketahui. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Restoran Rockstar Audos. Jumlah anggota populasi tidak diketahui.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mempelajari semua yang ada pada populasi (keterbatasan dana, tenaga dan waktu) maka peneliti dapat menggunakan sampel dilakukan dengan metode probability sampling yang mana menurut (Sugiyono, 2010) Pengambilan sampel dilakukan dengan metode probability sampling yang mana menurut Sugiyono (2016:82) probability sampling merupakan

teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sementara itu, teknik penarikan sampel menggunakan simple random sampling. Simple random sampling merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono,2016:82). Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui, maka untuk menentukan responden digunakan rumus dari Rao Purba Margin Of Error, sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

n = jumlah Sampel

z = Tingkat Keyakinan Tertentu

Moe = Toleransi Kesalahan Maksimal Pengambilan sampel

Dengan menggunakan rumus diatas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0.10)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

n = 96,04 jika dibulatkan menjadi 97.

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Tingkat Keyakinan 95% (Ztabel = 1,96)

Moe = Toleransi kesalahan 10%

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 orang responden konsumen Restoran Rockstar Audos.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

1. Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui survey. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti yang menjadi sumber primer data atau sumber langsung memberikan data kepada pengumpulan data. (Sugiyono,2018:213)

Data primer tersebut dikumpulkan melalui kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau disebar secara online dengan media google form kepada responden yang sedang berkunjung di Restoran Rockstar Audos Pondok Bambu. Dengan adanya kontak langsung dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden bisa memberikan data yang obyektif dan cepat. (Sugiyono,2018:219).

Pengumpulan data yang dipilih dalam proses penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila perlu peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari dokumen perusahaan (Sugiyono, 2017: 137).

Data Sekunder merupakan informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber melainkan dari pihak ketiga (Sugiarto, 2017:87). Contohnya seperti dokumen – dokumen pengunjung yang ada di Restoran Rockstar Audos. Data sekunder bersifat data yang mendukung keperluan data primer.

3.3.2. Cara Pengumpulan Data

1. Pengumpulan data primer

Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan/ Pernyataan tertulis kepada responden untuk dimintai jawaban tentang Cita Rasa, *Store atmosphere*, *Celebrities Endorsement*, dan Minat Beli Konsumen. Selain itu juga wawancara dengan Restoran Rockstar Audos. . Koesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup (ckose-ended) dimana pertanyaan – pertanyaan yang diberikan responden sudah dalam bentuk pilihan jawaban. Jadi kuesioner jenis ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat. Dalam penelitian ini, peneliti akan menyebarkan kuesioner (angket) kepada Konsumen restoran Rockstar Audos, dan konsumen yang merupakan responden dalam penelitian akan menjawab kuesioner yang berisi pertanyaan yang terkait dengan masalah penelitian ini. Dalam penyebaran kuesioner untuk pengumpulan data, kuesioner akan disebar secara online atau elektronik dengan media google form kepada responden yang berkunjung di Restoran Rockstar Audos.

2. Pengumpulan data sekunder

Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data yang bersumber dari perusahaan atau pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini dan juga website serta jurnal..

Skala pengukuran digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data responden mengenai cita rasa, *store atmosphere* dan *celebrities endorsement* terhadap minat beli konsumen Restoran Rockstar Audos Pondok Bambu. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada para responden dan para responden harus menjawab isi pertanyaan di dalam kuesioner tersebut (Hendryadi,2019). Instrument yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan variabel penelitian likert 5.

Jadi jawaban responden berupa pilihan dari lima alternative yang ada, yaitu:

Tabel 3. 1 Skor Jawaban Kuesioner

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu – Ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Hendry Adi (2019)

3.4. Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Dan Indikator

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
1.	Cita Rasa (X1) Sumber : Drummond KE & Brefere LM	1. Bau	1. Bau mampu me- ransang indera pencium	1
		2. Ciri Khas	2. Ciri khas dapat menjadi pembeda dalam suatu produk	2
		3. Aroma	3. Aroma produk yang subyektif sesuai selera	3
		4. Ra- sa	4. Rasa mampu me- ransang indera pengecap lidah	4

		5. Tekstur	5. Sifat dan keadaan suatu makanan	5
1.	<i>Store atmosphere</i> (X2) Sumber : Berman & Evan dalam Salim	1. Exterior/ Store front	1. Papan nama (logo) toko	6
			2. Pintu masuk	7
			3. Desain eksterior toko	8
		2. General Interior	1. Pencahayaan ruangan	9
			2. Pewarnaan ruangan	10
			3. Volume music, aroma, suhu dan music yang diputar	11
		3, Store Layout	1. Alokasi lantai ruangan	12
			2. Pengelompokan jenis barang	13
			3. Arus lalu lintas	14
		4. Interior Display	1. Tanda petunjuk	15
			2. Tema Ruangan	16
			3. Dekorasi ruangan	17
3.	<i>Celebrities Endorsement</i> (X3) Sumber : Rini & Astuti dari teori (Percy &	1. Visibility	1. Memiliki dimensi seberapa jauh popularitas celebrities	18
		2. Credibility	2. Berhubungan dengan produk yang diketahui se-	19

	Rossiter)		lebriti.	
		3. Attraction	3. Lebih menitik beratkan pada daya tarik sang bintang	20
		4. Power	4. Kemampuan selebriti dalam menarik konsumen untuk membelinya	21
4.	Minat Beli Konsumen (Y) Sumber : Ferdinand	1. Minat Transaksional	1. Cenderung seseorang untuk membeli produk	22
		2. Minat Refrensial	2. Cenderung seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain	23
		3. Minat Preferensial	3. Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk	24
		4. Minat Ek-sploratif	4. Minat yang menggambarkan perilaku yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya	25

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 digunakan agar bertujuan untuk menjadi tolak ukur dalam mengukur tingkat kevalidan atau ke sah-an suatu instrumen. Uji validitas digunakan dengan cara mengkorelasikan antar skor butir pernyataan dengan skor total variabel. Pengukuran ini dapat dilakukan dengan jenis validitas menggunakan tools analisis faktor. Persyaratan yang harus dipenuhi adalah nilai Kaiser – Meyer – Olkin Of Sampling Aduquacy (KMO –MSA) harus lebih dari 0,5. Selain itu, nilai MSA pada Anti – Image – Correlation harus sama dengan atau lebih besar dari 0,5.

Besar angka MSA adalah 0-1. Jika digunakan dalam menentukan penggabungan variabel maka ketentuannya sebagai berikut :

- Jika $MSA = 1$ maka variabel tersebut diprediksi tanpa kesalahan.
- Jika $MSA > 0,5$ maka variabel tersebut masih dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.
- Jika $MSA < 0,5$ maka variabel tersebut tidak dapat diprediksi dan tidak dapat dianalisis lebih lanjut sehingga variabel tersebut harus dibuang.

Sedangkan untuk nilai signifikan yang dipakai adalah sebesar 5% yaitu dengan ketentuan :

- Jika probabilitas $< 0,05$ maka variabel dapat dianalisis lebih lanjut.
- Jika probabilitas $> 0,05$ maka variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut.

Data diolah dengan menggunakan program SPSS (statistical package for social sciences) versi 25.0

2. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah suatu pengukuran yang dapat menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut terbebas dari kesalahan (error), oleh karena itu dapat menjamin pengukuran yang konsisten terhadap suatu instrument (Sekaran et.al , 2016). Reabilitas dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan uji reabilitas Cronbach Alpha. Jika nilai koefisien alpha berada dibawah kisaran 0,70 maka variabel tersebut bersifat tidak reliable (dapat dipercaya), tetapi jika nilai koefisien alpha berada kisaran 0,70 maka variabel tersebut dapat diterima tingkat reliabelnya, dan jika nilai koefisien diatas 0,80 maka bisa dikatakan penelitian tersebut reliabel atau dapat dipercaya (sekaran, 2006). Uji cronbach alpha tersebut digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat reabikitas dalam skala likert, yaitu dengan mengukur keeratan hubungan antara satu set item sebagai sebuah kesatuan dalam konsep.

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Pengolahan data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Pasckage The Social Scinences*). Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam mengelola data statistic agar dapat lebih cepat dan tepat.

3.5.2. Metode Penyajian Data

Dalam penyajian data pada penelitian ini berupa tabel dalam menjelaskan hasil dari penelitian yang akan diuji seperti hasil perhitungan uji validitas dan uji reliabilitas adalah analisi koefisien determinan (parsial dan simultan).

3.5.3. Alat analisis statistik data

Penelitian ini menggunakan program SPSS dimana kegiatan menghitung data agar dapat disajikan secara sistematis, dan data yang digunakan adalah data primer. Sumber data ini yang nantinya akan mempengaruhi proses analisis data yang akan digunakan. Ada beberapa tahapan dalam analisis data dengan SPSS yaitu sebagai berikut:

1. Koefisien Determinasi (KD)

Digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel X dalam menerangkan minat beli konsumen. koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengukur seberapa kontribusi per variabel X_1 terhadap Y, X_2 terhadap Y, X_3 terhadap Y.

Koefisien determinasi simultan di gunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel X_1 , X_2 , X_3 terhadap Y secara bersamaan. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu. Nilai KD yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, nilai KD yang hamper mencapai angka satu berarti variabel – variabel independen memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

$$KD = r^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.6)$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien determinasi (KD). Nilai KD merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi (r^2). Oleh karena itu, dalam pengajuan hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap ρ .

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (dengan uji t) maupun secara bersama-sama (dengan uji F). Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial, sebagai berikut:

(1) Pengaruh X_1 terhadap Y.

$H_0: \rho_{y1.23} = 0$: secara parsial Cita Rasa tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen.

$H_a: \rho_{y1.23} \neq 0$: secara parsial Cita Rasa berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen.

(2) Pengaruh X_2 terhadap Y.

$H_0: \rho_{y2.13} = 0$: secara parsial *Store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen.

$H_a: \rho_{y2.13} \neq 0$: secara parsial *Store atmosphere* berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen.

(3) Pengaruh X_3 terhadap Y.

$H_0: \rho_{y3.12} = 0$: secara parsial *Celebrities Endorsement* tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen.

$H_a: \rho_{y3.12} \neq 0$: secara parsial *Celebrities Endorsement* berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen

Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

Kriteria pengujian:

Jika nilai *significance t* $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika nilai *significance t* $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Menghitung nilai *significance* t diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara simultan, sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

Pengaruh X_1 (Cita Rasa), X_2 (*Store atmosphere*) dan X_3 (*Celebrities Endorsement*) terhadap Y (Minat Beli Konsumen).

H_0 : $\rho_{123} = 0$ Secara simultan Cita Rasa , *Store atmosphere* dan *Celebrities Endorsement* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H_a : $\rho_{123} \neq 0$ Secara simultan Cita Rasa, *Store atmosphere* dan *Celebrities Endorsement* berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen.

2. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

3. Kriteria pengujian

Jika nilai *significance* $F < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika nilai *significance* $F \geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4. Menghitung nilai *significance* F diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS

5. Kesimpulan

Jika hasil pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan mendapatkan hasil H_a diterima dan H_0 ditolak, maka nilai KD dapat dipakai untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.