

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif dengan metoda penelitian kuantitatif. Penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017:13). Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan lokasi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) yang merupakan variabel terikat. Metode survei yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan mengedarkan kuesioner (Sugiyono, 2017:24).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Sekaran dan Bougie (2017:64) menjelaskan bahwa populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau minat yang ingin peneliti investigasi. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Populasi umum: Seluruh konsumen rumah makan Bakmi Ucil.

Populasi sasaran: Seluruh konsumen rumah makan Bakmi Ucil yang melakukan pembelian periode Desember 2018.

3.2.2. Sampel penelitian

Sekaran dan Bougie (2017:64) mengemukakan bahwa sampel adalah sebagian atau sub kelompok dari populasi yang dipilih oleh peneliti, sampel ini diharapkan dapat mewakili populasi untuk dapat membentuk kesimpulan secara umum melalui suatu kejadian.

Ukuran populasi dalam penelitian tidak dapat diketahui dengan pasti, maka besar sampel yang dihitung dengan rumus *Margin Of Error* (Moe) sebagai berikut: (Rao Purba dalam Sujarweni, 2015:155)

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

Keterangan:

n : Ukuran sampel

Z : 1,96 score pada tingkat signifikan tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)

Moe : *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Berdasarkan rumus perhitungan *Margin Of Error* (Moe), maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan *Margin Of Error* (Moe) jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebesar 96,04. Selanjutnya, smartPLS dibutuhkan sampel maksimum 100 responden, maka jumlah sampel yang diambil adalah maksimum 100 responden (Ghozali, 2015:4).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* selama bulan Desember 2018. Menurut Sugiyono (2017:117) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *accidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data. Responden yang cocok dengan sumber data yang dimaksud adalah pembeli rumah makan Bakmi Ucil. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan di rumah makan Bakmi Ucil.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian dibagi menjadi 2 bagian, yaitu: (Sekaran dan Bougie, 2017:130)

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden serta melakukan wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan 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.

3.3.2. Metode Pengumpulan Data

Sekaran dan Bougie (2017:134) menjelaskan teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Sekaran dan Bougie (2017:134) mengemukakan bahwa tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Kuesioner secara umum didesain untuk mengumpulkan banyak data kuantitatif, dan dapat diberikan secara personal, dikirimkan kepada responden, atau didistribusikan secara elektronik (Sekaran dan Bougie, 2017:170). Setiap pertanyaan dalam bentuk pertanyaan berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini, kemudian dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan skala *likert* (Sugiyono, 2017:199). Menurut Sugiyono (2017:132) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam

penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dimana jawaban setiap item instrument mempunyai bobot nilai sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Skor Skala *Likert*

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (ST)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2017:132)

Keterangan: untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat setuju (SS)” maka memiliki bobot nilai 5, untuk pertanyaan dengan jawaban “setuju (ST)” maka memiliki bobot nilai 4, untuk pertanyaan dengan jawaban “netral (N)” maka memiliki bobot nilai 3, untuk pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju (TS)” maka memiliki bobot nilai 2 dan untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat tidak setuju (STS)” maka memiliki bobot nilai 1.

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan. Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompok-kelompokkan sehingga dapat diketahui jumlah hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut (Sugiyono, 2017:132).

3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, proses ini juga dimaksud untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistika dapat dilakukan secara benar (Sugiyono, 2017:38).

Pada penelitian ini pengolahan data menggunakan PLS (*Partial Least Square*). Dalam PLS (*Partial Least Square*) terdapat beberapa konsep dan istilah dasar, diantaranya adalah sebagai berikut: (Sekaran dan Bougie, 2017:77)

1. Variabel eksogen adalah variabel yang mengambil variabel endogen, entah secara positif atau negatif. Jika terdapat variabel eksogen variabel endogen pun akan hadir, dan dengan setiap unit kenaikan dalam variabel eksogen, terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel endogen. Variabel eksogen dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan lokasi (X_3).
2. Variabel endogen adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Variabel endogen dalam penelitian ini hanya 1 variabel yaitu keputusan pembelian (Y).

Variabel-variabel yang diukur dan dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator ini akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam kuesioner. Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item	Kode	Skala
Kualitas Produk	Kinerja	Makanan sesuai dengan selera konsumen	1	KP1	Ordinal
		Makanan yang disajikan tanpa bahan pengawet	2	KP2	Ordinal
	Fitur	Pilihan menu yang bervariasi	3	KP3	Ordinal
	Realibilitas	Makanan yang disajikan tidak rusak atau gagal produksi.	4	KP4	Ordinal
	Konformasi	Bahan makanan sesuai dengan standar yang ditetapkan BPOM	5	KP5	Ordinal
	Daya tahan	Makanan yang disajikan tidak memiliki waktu yang lama untuk disimpan.	6	KP6	Ordinal
	Kemampuan melayani	Kecepatan pelayan dalam memberikan pelayanan	7	KP7	Ordinal
	Estetika	Penyajian dari makanan yang ditawarkan	8	KP8	Ordinal
	Persepsi terhadap kualitas	Kualitas makanan bisa memberikan reputasi yang baik	9	KP9	Ordinal

Sumber: (Tjiptono, 2015:315)

Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item	Kode	Skala
Harga	Keterjangkauan harga	Harga terjangkau oleh konsumen	10	HG1	Ordinal
		Harga tiap makanan bervariasi	11	HG2	Ordinal

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item	Kode	Skala
Harga	Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing	Harga makanan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen	12	HG3	Ordinal
		Harga makanan yang bersaing dengan pesaing	13	HG4	Ordinal
	Kesesuaian harga dengan kualitas makanan	Harga sesuai dengan kualitas makanan yang didapatkan konsumen	14	HG5	Ordinal
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen	15	HG6	Ordinal

Sumber: (Kotler dan Amstrong, 2014:52)

Tabel 3.4. Operasionalisasi Variabel

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item	Kode	Skala
Lokasi	Akses	Lokasi mudah dijangkau	16	LOK1	Ordinal
	Visibilitas	Kemampuan konsumen untuk melihat tempat usaha	17	LOK2	Ordinal
	Lalu lintas	Lokasi dekat dengan fasilitas umum	18	LOK3	Ordinal
	Tempat parkir	Area parkir luas untuk kendaraan sepeda motor dan mobil	19	LOK4	Ordinal

Sumber: (Tjiptono, 2015:159)

Tabel 3.5. Operasionalisasi Variabel

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item	Kode	Skala
Keputusan Pembelian	Pemilihan produk	Memilih produk berdasarkan kualitas makanan	21	KEP1	Ordinal
	Pemilihan merek	Memilih membeli berdasarkan popularitas merek	22	KEP2	Ordinal

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item	Kode	Skala
Keputusan Pembelian	Pemilihan penyalur	Memilih membeli produk berdasarkan pelayanan	23	KEP3	Ordinal
	Waktu pembelian	Waktu pembelian sesuai dengan kebutuhan konsumen	24	KEP4	Ordinal
	Jumlah pembelian	Volume pembelian sesuai dengan kebutuhan konsumen	25	KEP5	Ordinal

Sumber: (Djohan, 2016:543)

Dari data operasional variabel yang digunakan pada tabel di atas, untuk penentuan pengukuran dari masing-masing item variabel menggunakan skala *likert* jawaban dari masing-masing item instrumen akan diberikan skala dari 1 sampai 5. Untuk skor “5 = Sangat Setuju (SS)”, “4 = Setuju (ST)”, “3 = Netral (N)”, “2 = Tidak Setuju (ST)” dan “1 = Sangat Tidak Setuju (STS)”.

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Metode Pengolahan Data

Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan metode PLS (*Partial Least Square*) bantuan *software* SmartPLS (3.0). Menurut Wold dalam Ghozali (2015:4) PLS (*Partial Least Square*) merupakan metode analisis yang powerful oleh karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Model tersebut cocok digunakan dalam penelitian ini karena adanya keterbatasan data (jumlah sampel) yang diteliti, diantaranya adalah jumlah penelitian (sampel) hanya sedikit atau kecil (kurang dari 100). Ada beberapa keunggulan pada metode PLS ini, yaitu:

1. Tidak memerlukan asumsi, data tidak harus berdistribusi normal (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama).
2. Dapat diestimasi dengan jumlah sampel yang relatif kecil. Ini sesuai dengan jumlah sampel pada penelitian yang relatif kecil.

3.5.2. Analisis Outer Model

Dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Analisa outer model untuk indikator reflektif dapat diuji melalui beberapa indikator (Ghozali, 2015:74):

a. *Convergent Validity*

Nilai convergent validity adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Convergent validity menunjukkan tingkatan sejauh mana hasil pengukuran suatu konsep berkorelasi dengan hasil pengukuran konsep lain yang secara teoritis harus berkorelasi positif. Suatu indikator dikatakan mempunyai reabilitas yang baik, jika nilai outer loading di atas 0,70. Sedangkan nilai outer loading masih dapat ditolerir hingga 0,50 dan dibawah dari nilai 0,50 dapat di drop dari analisis. Selain melihat nilai outer loading, uji validitas konvergenjuga dapat dilakukan dengan melihat nilai AVE. Jika nilai AVE diatas 0,5 maka suatu indikator telah memenuhi validitas konvergen yang baik (Ghozali, 2015:76).

b. *Discriminant Validity*

Merupakan nilai cross loading faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai, yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading kontrak lainnya. Syarat untuk memenuhi syarat validitas diskriminan ini adalah hasil dalam view combined loading and cross-loadings menunjukkan bahwa loading ke konstruk lain bernilai lebih rendah daripada loading ke konstruk variabel (Ghozali, 2015:77).

c. *Composite Reliability dan Cronbach Alpha*

Composite Reliability merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi composite reliability apabila memiliki nilai composite reliability > 0,7. Uji realibilitas dengan composite reability di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai cronbach alpha.Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi cronbach alphaapabila memiliki nilai cronbach alpha > 0,6 (Ghozali, 2015:77).

3.5.3. Analisis Inner Model

Analisa inner model dikenal juga sebagai analisa struktural model, yang dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun robust dan akurat. Evaluasi inner model dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi (Ghozali, 2015:78):

a. *Q Square Predictive Relevance*

Dalam analisis PLS (Partial Least Square), *Q square* menunjukkan kekuatan prediksi model. Nilai *Q square* model sebesar 0,02 menunjukkan model memiliki predictive relevance lemah, nilai *Q square* model sebesar 0,15 menunjukkan model memiliki predictive relevance moderate dan nilai *Q square* model sebesar 0,35 menunjukkan model memiliki predictive relevance kuat.

b. Uji Kecocokan Model (model fit)

Uji model fit ini digunakan untuk mengetahui suatu model memiliki kecocokan dengan data. Pada uji kecocokan model dapat dilihat dari nilai SMRM model. Model PLS dinyatakan telah memenuhi kriteria uji model fit jika nilai SMRM < 0.10 dan model dinyatakan perfect fit jika nilai SRMR < 0.08 .

c. *Effect Size (f square)*

Nilai *f square* yang diperoleh dapat dikategorikan dalam kategori berpengaruh kecil (*f square* = 0,02), berpengaruh menengah (*f square* = 0,15) dan berpengaruh besar (*f square* = 0,35).

d. Koefisien determinasi (*R square*)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen.

3.5.4. Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan berbagai evaluasi, baik outer model maupun inner model maka selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependennya. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan PLS (*Partial Least Square*) atas model yang telah dibuat. Hasil korelasi antar konstruk diukur dengan

melihat path coefficient dan tingkat signifikansinya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y	= Keputusan Pembelian
b ₁ ,b ₂ ,b ₃	= Koefisien regresi linier masing-masing variabel
X ₁	= Kualitas Produk
X ₂	= Harga
X ₃	= Lokasi
e	= Error

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Ho: $\beta_1 = 0$, artinya variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian makanan.
 Ha: $\beta_1 \neq 0$, artinya variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian makanan.
2. Ho: $\beta_2 = 0$, artinya variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian makanan.
 Ha: $\beta_2 \neq 0$, artinya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian makanan.
3. Ho: $\beta_3 = 0$, artinya variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian makanan.
 Ha: $\beta_3 \neq 0$, artinya variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian makanan.

Dasar pengambilan keputusan: (Ghozali, 2015:85)

1. Dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel ($\alpha = 5\%$)
 - a. Apabila t tabel $>$ t hitung, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
 - b. Apabila t tabel $<$ t hitung maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.
 - a. Jika nilai signifikansinya $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Jika nilai signifikansinya $>$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Dengan melihat koefisien parameter.

Suatu variabel eksogen dapat dikatakan berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel endogen dengan melihat angka koefisien parameter. Apabila angka koefisien parameter menunjukkan angka positif maka variabel eksogen dinyatakan berpengaruh positif terhadap variabel endogen, begitu juga sebaliknya.