

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara minimal dua variabel atau lebih. Strategi ini dimaksudkan agar dapat memberikan penjelasan mengenai hubungan antara kualitas produk, persepsi harga, dan lokasi dengan keputusan pembelian.

3.2 Populasi dan Sample Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan himpunan yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen yang melakukan pembelian langsung di Pizza Hut Matraman Jakarta Timur.

3.2.2 Sample Penelitian

Jumlah populasinya sangat banyak dan tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Arikunto:2013):

$$n = \frac{z^2}{4(M_{oe})^2}$$

Dimana :

n = jumlah sampel

z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%

M_{oe} = *Margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang didapat ditoleransi, ditentukan 10%.

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

= 96,04 dibulatkan 97

Dari hasil perhitungan sampel diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan sebanyak 97 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Teknik purposive sampling artinya responden (subjek) dipilih secara sengaja atau khusus dengan pertimbangan tertentu dan berdasarkan ciri-ciri yang dipandang mempunyai hubungan yang kuat dengan kriteria yang diinginkan.

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen yang melakukan pembelian langsung lebih dari satu kali di Pizza Hut cabang Matraman
- b. Konsumen yang berumur 18 tahun ke atas.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian ilmiah, metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan terpercaya. dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan kuisisioner atau dikenal juga dengan angket. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk diisi.

Dalam pengumpulan data penelitian, penulis menggunakan instrument sebagai berikut:

1. Riset Kepustakaan

Riset Kepustakaan dilakukan dengan cara membaca buku-buku, jurnal dan sumber-sumber kepustakaan lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Tujuan dari riset kepustakaan adalah untuk mendapatkan teori-teori yang dapat dijadikan pedoman dalam penelitian.

2. Riset Lapangan

Riset lapangan adalah penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian yaitu Pizza Hut Matraman dengan cara sebagai berikut :

- a. Wawancara, yaitu metoda pengumpulan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung kepada konsumen Pizza Hut Matraman.
- b. Kuesioner, yaitu dengan cara memberi seperangkat pertanyaan yang ditujukan kepada konsumen Pizza Hut Matraman.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner dengan menggunakan skala pengukuran yaitu skala likert, yang mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang/ kelompok orang tentang kejadian tertentu. Variabel yang diukur diajabrkan kedalam beberapa indikator. Indikator ini akan digunakan untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan dala sebuah kuisisioner. Indikator-indikator yang digunakan dapat dilihat pada table. Pada skala likert, digunakan skor yang diberikan pada jawaban yang disediakan.

Table 3.1 jawaban skor kuisisioner

Alternative jawaban	Bobot/skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiono, Metode Penelitian Bisnis (2014)

Adapun variabel yang terdapat didalam kuisisioner yang disebar kepada responden adalah sebagai berikut:

Table 3.2 Indikator Variabel Kualitas Produk

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
1	Kualitas Produk (X1)	Kesegaran	Tekstur sesuai	1
			Warna makanan segar dan menarik	2
			Aroma menggugah selera	3
			Rasa makanan & minuman lezat/enak	4

	Penampilan	Kebersihan produk	5
		Bentuk makanan & minuman yang menarik	6
		Porsi makanan/minuman sesuai	7
	Kematangan	Tingkat kematangan pas	8
	Variasi Makanan	Memiliki banyak variasi menu	9

Sumber: Qin .H, Prybutok. V.R, dan Zhao.Q (2009)

Table 3.3. Indikator Variabel Persepsi Harga

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
2	Persepsi Harga (X2)	Keterjangkauan Harga	Harga yang terjangkau	10
			Sering ada promo/diskon	11
		Daya Saing Harga	Harga lebih murah dari pesaing	12
		Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan	13

Sumber: Philip Kotler and Garry Amstrong (2010)

Table 3.4. Indikator Variabel Lokasi

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
3	Lokasi (X3)	Akses	Akses jalan mudah	14
			Tempat Parkir	Tempat parkir luas
		Tempat parkir aman		16
		Transportasi	Lokasi mudah di jangkau sarana transportasi umum	17
Visibilitas	Lokasi dapat ditemukan dengan mudah	18		

Sumber: Fandy Tjiptono (2011)

Table 3.5. Indikator Variabel Keputusan Pembelian

No	Variabel	Indikator	Sub indikator	No Item
----	----------	-----------	---------------	---------

4	Keputusan Pembelian (Y)	Tujuan pembelian	Untuk memenuhi kebutuhan	19
		Pemilihan merek	Merek terkenal	20
		Kemantapan pada produk	Produk memiliki banyak keunggulan	21
		Perilaku pasca pembelian	Merekomendasikan pada orang lain	22
			Melakukan pembelian ulang	23

Sumber : Philip Kotler, Kevin Lane (2012:204)

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Pengolahan Data

Data yang terkumpul dari hasil survei akan dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden, dan ditabulasi kemudian pengolahan data dengan dilakukan perhitungan. Pengolahan data dengan menggunakan *software SPSS (Statistic Product and Service Solution)* versi 22.0 agar hasil perhitungan dapat cepat diperoleh.

Data yang telah terkumpul dari hasil survei, kemudian dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden. Metoda penyajian data dalam penelitian ini adalah berupa tabel dan gambar. Tujuan menggunakan metoda penyajian data ini agar lebih mudah dimengerti dan dipahami.

3.5.2 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dan untuk menguji instrumen penelitian tersebut akan dilakukan uji validitas dan uji reabilitas. Langkah-langkah analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Tujuan dilakukan uji validitas adalah mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner atau instrumen penelitian dikatakan valid untuk penelitian jika memiliki nilai validitas sebesar 0,30 atau lebih, sehingga faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik, dan sebaliknya jika nilai validitas lebih kecil dari 0,30 instrumen penelitian dikatakan tidak valid (Tono Wijaya:2012).

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{hitung} = \frac{(n \sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien validitas butir pernyataan yang dicari

X = Skor item yang akan digunakan.

Y = Skor semua instrumen dalam variabel tersebut.

n = Jumlah responden dalam uji coba instrument

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula (Danang Sunyoto:2012) .

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban atau tanggapan responden terhadap keseluruhan item pertanyaan yang diajukan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengujian dalam penelitian ini akan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 22.0. Suatu konstrukstur atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach alpha > 0,60 (Sugiyono:2014).

3.5.3 Analisis Statistik Data

Metode analisis statistik dapat dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien korelasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis.

1. Analisis koefisien korelasi

Analisis koefisien korelasi terdiri dari analisis koefisien korelasi parsial dan analisis koefisien korelasi berganda, sebagai berikut:

a) Analisis koefisien korelasi parsial

Analisis koefisien korelasi parsial merupakan alat analisis yang dapat digunakan apabila dalam suatu penelitian terdapat lebih dari satu variable (Sugiyono:2014).

a. Korelasi parsial antara X_1 dengan Y (X_2 dan $X_3 = \text{konstan}$)

$$r_{y1.2} = \frac{r_{y1} - (r_{y2} \cdot r_{y3} \cdot r_{y123})}{\sqrt{(1 - (r_{y2})^2)(1 - (r_{y3})^2)(1 - (r_{123})^2)}}$$

b. Korelasi parsial antara X_2 dengan Y (X_1 dan $X_3 = \text{konstan}$)

$$r_{y2.13} = \frac{r_{y2} - (r_{y1} \cdot r_{y3} \cdot r_{y123})}{\sqrt{(1 - (r_{y1})^2)(1 - (r_{y3})^2)(1 - (r_{123})^2)}}$$

c. Korelasi parsial antara X_3 dengan Y (X_1 dan $X_2 = \text{konstan}$)

$$r_{y3.12} = \frac{r_{y3} - r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{y123}}{\sqrt{(1 - (r_{y1})^2)(1 - (r_{y2})^2)(1 - (r_{123})^2)}}$$

b) Analisis koefisien korelasi berganda

Analisis ini merupakan alat yang dapat digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara kualitas produk, persepsi harga dan lokasi dengan keputusan pembelian secara simultan.

$$r_{y123} = \sqrt{\frac{(r_{x1})^2 + (r_{x2})^2 + (r_{x3})^2 - 2(r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{y3})}{1 - (r_{123})^2}}$$

Keterangan:

r_{y123} = koefisien korelasi antara variabel X_1 , X_2 dan X_3 secara bersama-sama dengan variabel Y.

Nilai koefisien korelasi berkisar dari -1 sampai 1. Jika koefisien korelasi (r) bersifat positif menunjukkan hubungan antara ketiga variabel bersifat searah. Naiknya variabel bebas akan mengakibatkan kenaikan juga pada variabel terikat dan sebaliknya.

Adapun jika nilai (r) negatif menunjukkan antara kedua variabel mempunyai hubungan yang bersifat terbalik. Peningkatan variabel bebas justru akan mengakibatkan terjadinya penurunan pada variabel terikat dan sebaliknya.

Jika nilai korelasi (r) berkisar antara 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya jika nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Interpretasi bagi nilai koefisien korelasi (r) tertentu adalah:

Tabel 3.6. Interpretasi Koefisien Korelasi

No.	Interval Koefisien (Nilai Absolut)	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Lemah
2	0,20 – 0,399	Lemah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014)

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikan hubungan variabel bebas dengan variabel terikat, secara parsial maupun simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian adalah:

(1) Pengujian Hipotesis Parsial

a. Hubungan kualitas produk (X_1) dengan keputusan pembelian Y.

$H_0 : \rho_1 \leq 0$: artinya kualitas produk (X_1) secara parsial tidak memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian (Y).

$H_a : \rho_1 > 0$: artinya kualitas produk (X_1) secara parsial memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian (Y).

b. Hubungan persepsi harga (X_2) dengan keputusan pembelian (Y).

$H_0 : \rho_2 \leq 0$: artinya, persepsi harga (X_2) secara parsial tidak memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian (Y).

$H_a : \rho_2 > 0$: artinya persepsi harga (X_2) secara parsial memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian (Y).

c. Hubungan lokasi (X_3) dengan keputusan pembelian (Y).

$H_0 : \rho_3 \leq 0$: artinya lokasi (X_3) secara parsial tidak memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian (Y).

$H_a : \rho_3 > 0$: artinya lokasi (X_3) secara parsial memiliki hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian (Y).

Untuk menguji hubungan perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial dilihat dari nilai *significance t* dibandingkan dengan taraf nyata (α) 5% (0,05) dengan kriteria:

H_0 ditolak, jika *significance t* < 0,05 dan,

H_0 diterima, jika *significance t* \geq 0,05

(2) Pengujian Simultan

Pengujian hipotesis terhadap ρ digunakan untuk mengetahui signifikan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \rho_1, \rho_2, \rho_3 \leq 0$ Artinya bahwa kualitas produk (X_1), persepsi harga (X_2), dan lokasi (X_3), secara bersama-sama tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan keputusan pembelian (Y).

$H_0 : \rho_1, \rho_2, \rho_3 > 0$ Artinya bahwa kualitas produk (X_1), persepsi harga (X_2), dan lokasi (X_3), secara bersama-sama memiliki hubungan positif yang signifikan dengan keputusan pembelian (Y).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan, dilihat dari nilai F dibandingkan dengan taraf (α) 5% (0,05) dengan kriteria:

H_0 ditolak, jika *nilai signifikan* $F < 0,05$

H_0 diterima, jika *nilai signifikan* F