

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian adalah rencana bagaimana peneliti akan menanggapi pertanyaan penelitian. Penelitian ini menggunakan strategi penelitian survei dan pendekatan metode kuantitatif asosiatif. Menurut Hendryadi (2018:127), “metode kuantitatif asosiatif adalah metode penelitian yang berkaitan dengan filosofi positivisme, terutama bila digunakan dengan teknik pengumpulan data yang telah ditentukan dan terstruktur, kemudian digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antar variabel yang diukur dan dianalisis secara numerik menggunakan teknik statistik”. Lebih lanjut, strategi penelitian survei adalah “penelitian yang dilakukan pada populasi yang relatif besar dengan biaya yang efektif, memungkinkan perbandingan yang mudah, dan karena survei melibatkan pemilihan sampel, maka data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi itu” (Hendryadi, 2018:142). Menurut Hendryadi (2018:143), penelitian survei memiliki kelebihan dan kekurangan sebagai berikut:

a. Kelebihan Penelitian Survei

1. Penelitian survei merupakan cara yang efektif serta efisien dalam mengumpulkan informasi mengenai suatu populasi.
2. Pengambilan sampel survei memungkinkan guna untuk secara akurat mampu memperkirakan karakteristik populasi target tanpa harus mewawancarai seluruh anggota populasi.
3. Pengambilan sampel survei sangat berguna pada saat populasi minat sangat besar.

b. Kekurangan Penelitian Survei

1. Survei tidak mengizinkan peneliti untuk mengembangkan pemahaman yang mendalam mengenai keadaan individu yang mungkin menjadi akar penyebab perilaku responden.
2. Responden sering tidak akan mau untuk memberikan informasi sensitif dalam survei.

3. Masalah yang terjadi dalam penelitian survei yaitu mengenai rendahnya minat responden.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono dalam Hendryadi (2018:214), populasi umum adalah “wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dengan kata lain, populasi adalah sekelompok orang, peristiwa, atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan dipelajari”. Sedangkan, populasi sasaran adalah “sekelompok orang yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Dengan kata lain, populasi sasaran adalah populasi yang lebih spesifik atau terbatas berdasarkan tujuan penelitian”. (Hendryadi, 2018: 215). Menurut Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Timur populasi warga Cakung yaitu 573.029 orang.

Populasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Populasi umum yakni seluruh warga Cakung Jakarta Timur yang membeli *BTS Meal McDonald's*.
2. Populasi sasaran atau khusus yaitu warga di wilayah Cakung Jakarta Timur yang membeli *BTS Meal McDonald's* dengan kriteria sebagai berikut :
 - a. Usia 15 sampai dengan 40 tahun.
 - b. Melakukan pembelian *BTS Meal* sejak 6 Juni 2021 s/d 9 Juni 2021.

3.2.2. Sampel Penelitian

Non-probability sampling digunakan dalam penelitian ini, yang berarti bahwa setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama dengan sampel. *Purposive sampling* digunakan untuk mengumpulkan data. Konsumen dipilih sebagai sampel dalam metode *purposive sampling* karena memenuhi kriteria yang diharapkan. Kekuatan *purposive sampling* adalah bahwa data yang dipilih adalah data yang relevan dengan penelitian karena data tersebut dipilih, dan pelaksanaannya lebih mudah dan lebih murah. Penentuan ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ditentukan menggunakan rumus

moe karena jumlah populasi warga Cakung Jakarta Timur yang membeli *BTS Meal McDonald's* tidak diketahui secara pasti dan berukuran besar, maka menurut Arikunto (2013;49) rumus *moe* digunakan apabila jumlah populasi berukuran besar dan tidak diketahui (Arikunto,2013;49) :

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

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

$$n = 96,04$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%

moe = *margin of error* yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi yaitu 10%

Berdasarkan hasil perhitungan ukuran sampel menggunakan rumus diatas, maka dapat diketahui ukuran atau jumlah sampel yaitu 96,04 dan agar penelitian ini menjadi lebih fit, maka dalam penelitian ini jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 responden, karena jumlah sampel semakin banyak, maka kekuatan statistik semakin baik.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Semua informasi yang diolah untuk kepentingan penelitian sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan disebut sebagai data. Data dalam penelitian ini berkaitan dengan bauran pemasaran dan keputusan pembelian pada *BTS Meal McDonald's*.

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah “informasi yang dikumpulkan dan diproses secara langsung dari suatu objek oleh suatu organisasi atau individu. Data dikumpulkan dengan maksud untuk mengatasi masalah penelitian yang

dihadapi” (Hendryadi, 2018: 191). Data primer yang diperlukan untuk penelitian ini adalah informasi mengenai bauran pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan dan meningkatkan keputusan pembelian produk baru BTS Meal McDonald's. Untuk mengumpulkan data primer, kuesioner disebarikan kepada warga Cakung yang membeli BTS *Meal* McDonald sejak 6 Juni 2021 s/d 9 Juni 2021.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu “data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan oleh pihak lain”, biasanya sudah dalam bentuk publikasi (Hendryadi,2018:191). Data yang digunakan yakni literatur, buku, preferensi jurnal penelitian sebelumnya, dan *website*.

3.3.2. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner. Hendryadi (2018: 194) mendefinisikan kuesioner sebagai “suatu teknik pengumpulan data yang melibatkan mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang digunakan sebagai responden untuk menjawab”.

Menurut Hendryadi (2018: 194), “metode kuesioner dapat dilakukan melalui kuesioner tatap muka langsung atau surat (baik melalui surat dalam bentuk kertas atau surat elektronik). Kuesioner penelitian ini didistribusikan selama 3 hari yaitu 6 Juni s/d 9 Juni 2021 melalui Google form dan *scan barcode*.

Skala pengukuran yang digunakan dalam angket atau kuesioner pada penelitian ini yaitu skala *Likert*. Dalam skala *Likert* terdapat empat pembobotan nilai yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1 Pengukuran Skala *Likert*

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4

Sumber : Hendryadi (2018:198)

3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel yaitu menentukan indikator yang akan diukur, maka selanjutnya mengembangkan indikator tersebut ke dalam beberapa item pernyataan (Hendryadi,2018:153). Operasionalisasi variabel penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	No Item
1	Produk (X ₁) Kotler dan Armstrong (2019:62)	a. Varietas Produk b. Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>) c. Merek (<i>Brand</i>) d. Kemasan (<i>Packaging</i>)	1 2-3 4-5 6-7
2.	Harga (X ₂) Kotler dan Amstrong (2019:62)	a. Daftar Harga b. Diskon c. Potongan Harga	8 9 10
3.	Tempat atau Saluran Distribusi (X ₃) Kotler dan Armstrong (2019:62)	a. Saluran b. Persediaan c. Cakupan Pasar	11 12 13
4.	Promosi (X ₄) Kotler dan Armstrong (2019:62)	a. Iklan b. Promosi Penjualan c. Hubungan Masyarakat	14 15-16 17-18
5.	Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Armstrong (2019:158)	a. Pemilihan Produk b. Pemilihan Merek c. Pemilihan Tempat atau Saluran Distribusi d. Waktu Pembelian e. Jumlah Pembelian	19 20-23 24 25 26

3.5. Metode Analisis Data

Penelitian ini berfokus pada penggunaan angka untuk mengukur variabel dan prosedur statistik untuk menganalisis data menggunakan Analisis koefisien

determinasi. Menggunakan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) 26.

3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah jenis analisis statistik yang menjelaskan informasi tentang variabel penelitian yang berasal dari pengolahan data, seperti ukuran tendensi sentral, mean, median, dan modus, serta ukuran dispersi data seperti varians dan standar deviasi.

3.5.1.1. Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini deskripsi responden ditujukan untuk mengetahui jumlah responden sesuai karakteristik yang telah ditentukan sebelumnya yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan, dan jumlah pembelian.

3.5.1.2. Deskripsi Jawaban Responden

Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel, maka akan didasarkan pada nilai skor rata-rata atau *indeks* yang dikategorikan kedalam rentang skor berdasarkan perhitungan *three box method* (Ferdinand, 2014:231). Angka *indeks* yang dihasilkan menunjukkan skor 20 hingga 100 dengan rentang sebesar 80. Dengan menggunakan kriteria tiga kotak (*three box method*), maka rentang sebesar 80 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga menghasilkan rentang untuk masing-masing sebagian besar 26, dimana akan digunakan sebagai daftar interpretasi *indeks* berikut (Ferdinand 2014:232) :

- a. 20–46 = rendah
- b. 47–73 = Sedang
- c. 74–100 = Tinggi

Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skor maksimal 4 dan skor minimal 1, maka perhitungan *indeks* jawaban responden adalah dengan memakai rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai indeks} = [(\%F1*1) + (\%F2*2) + (\%F3*3) + (\%F4*4)] / 4. \quad (3.1)$$

Keterangan :

F1 = Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner

F2 = Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner

F3 = Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner

F4 = Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner

3.5.2. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen memegang peranan penting dalam penelitian. Uji instrumen terbagi menjadi dua yakni sebagai berikut :

3.5.2.1. Uji Validitas

Validitas mengacu pada aspek akurasi dan presisi hasil pengukuran kuesioner (Hendryadi, 2018: 172). Alat ukur dengan validitas tinggi akan memiliki tingkat kesalahan yang rendah, memastikan bahwa data yang dikumpulkan memadai. Derajat keakuratan antara data yang sebenarnya ditemukan dalam objek penelitian dan data yang dilaporkan oleh peneliti dikenal sebagai validitas.

Uji validitas penelitian ini menggunakan analisis item, yang mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total, yang merupakan jumlah skor setiap item. Berikut kriteria yang harus dipenuhi, menurut Sugiyono (2019:126), agar syarat tersebut dapat dipenuhi:

1. “Jika koefisien korelasi $r \geq 0,30$, maka item tersebut dinyatakan valid.”
2. “Jika koefisien korelasi $r \leq 0,30$, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Hendryadi (2018:162) “reliabilitas mengacu pada tingkat stabilitas, prediktabilitas, konsistensi, dan akurasi kuesioner. Uji statistik *Cronbach Alpha* digunakan untuk menentukan reliabilitas. *Cronbach Alpha* adalah ukuran konsistensi internal, atau seberapa dekat sekelompok item terkait sebagai satu

konsep”. Menurut Ghozali (2018:46), suatu variabel dapat dikatakan reliabel atau dapat diterima jika bilangan *Cronbach Alpha* berada pada kisaran 0,60

3.5.3. Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2018:97) pengujian hipotesis digunakan untuk menguji arah hubungan atau pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian hipotesis secara statistik setidaknya dapat diukur dari nilai koefisien determinasi parsial dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak) dan sebaliknya, disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

3.5.3.1. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi parsial (r^2) digunakan untuk dapat mengetahui besarnya pengaruh masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

3.5.3.2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t-statistik menentukan apakah setiap variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0,05 (Ghozali, 2018:98). Tingkat signifikansi ditentukan sebagai langkah awal dalam menguji hipotesis ini. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau (α) = (0,05). Menurut Ghozali (2018:99), berikut kriteria pengambilan keputusan:

- a. “Jika nilai signifikan $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel, maka variabel bebas terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.”
- b. “Jika nilai signifikan $> 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel, maka variabel bebas tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.”