

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di restoran XXI lounge-mega bekasi, yang terletak di hyper mall mega lt.5, jl.A.Yani No.1 bekasi barat. Penelitian ini akan dilaksanakan selama tiga bulan terhitung dari september sampai dengan november 2014.

3.2. Strategi dan Metode Penelitian

3.2.1. Strategi penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menghubungkan dua variabel atau lebih. Strategi ini dipilih dengan tujuan untuk menjelaskan serta menggambarkan hubungan antara harga jual, kualitas pelayanan, dan promosi penjualan dengan keputusan membeli.

3.2.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei sebagai bagian dari penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian survei dengan menggunakan angket/kuesioner dilakukan untuk pengambilan data dari sampel, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif serta hubungan-hubungan antar kedua variabel penelitian. Penelitian kuantitatif merupakan metoda penelitian yang digunakan dalam meneliti sekelompok manusia/obyek yang

kemudian akan dianalisis menggunakan angka-angka dengan rumus dan tabel untuk dapat digambarkan secara jelas.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan restoran XXI Lounge Mega Bekasi yang datang untuk membeli, dan menurut informasi yang didapat dari bagian manajemen restoran XXI lounge-mega bekasi, jumlah pengunjung 2100 pengunjung dalam bulan oktober 2014.

3.3.2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan adalah tehnik purposive sampling yaitu tehnik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu atau kriteria khusus yang dipandang oleh peneliti sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.

Pertimbangan yang digunakan dalam pengambilan sample adalah pembelian di restoran XXI lounge-mega bekasi yang sudah melakukan pembelian produk minimal sebanyak dua kali.

Penentuan jumlah sample dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*, sebagai berikut:

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

$$n = \frac{2100}{1+2100(0,1)^2}$$

$$n = 95,45 \text{ (dibulatkan menjadi 95 orang)}$$

Keterangan :

n = Jumlah anggota sampel

N = Jumlah anggota populasi

e = Persen pelanggaran ketidakteelitian karena pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau diinginkan, misalnya di sini menggunakan 10%.

3.4. Unit Analisis Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah konsumen restoran XXI lounge mega bekasi, sedangkan objek penelitiannya adalah harga jual, kualitas pelayanan, promosi penjualan dan keputusan membeli, diperoleh dari hasil menyebarkan pernyataan kuesioner kepada responden.

3.5. Metoda Pengumpulan Data

Metoda data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara), berupa persepsi (opini, sikap, pengalaman) secara individual atau kelompok, hasil observasi suatu kejadian atau kegiatan, dan hasil penguji. Adapun data primer yang digunakan yaitu:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan penelitian dengan cara mengajukan daftar pertanyaan langsung kepada responden, yaitu pengunjung restoran XXI lounge mega bekasi. Skala yang digunakan adalah skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang kejadian atau gejala sosial.

b. Observasi

Penelitian ini dilakukan dengan observasi pada pengunjung restoran XXI lounge mega bekasi berupa pengamatan langsung dan pengambilan data objek penelitian.

3.6. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data yang dipilih dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien. Untuk melihat sikap dan persepsi responden tentang penetapan harga, kualitas pelayanan, promosi dan keputusan membeli, dalam penelitian ini menggunakan skala likert, dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti tercantum pada **tabel 3.1** berikut ini:

Tabel 3.1.**Pemberian skor untuk jawaban kuesioner****Berdasarkan Skala Likert**

| No. | Alternatif Jawaban | Nilai Skor |
|------------|---------------------------|-------------------|
| 1 | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2 | Setuju (S) | 4 |
| 3 | Netral (N) | 3 |
| 4 | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Sumber : Sugiyono (2011)

Tabel 3.2. Indikator Variabel Penelitian.

| Variabel | Indikator | Sub Indikator | Butir Pernyataan |
|---------------------------------|---------------------------------|--|------------------|
| Harga Jual (X1) | 1. Kebijakan Harga | a. Kesesuaian harga yang ditawarkan produsen | 1 |
| | | b. Harga yang ditawarkan produsen terjangkau | 2 |
| Kualitas Pelayanan (X2) | 1. Reliability | a. Pelayanan jasa | 3 |
| | | b. Penanganan atau pengadministrasian | 4 |
| | 2. Responsivness | a. Kecepatan pelayanan | 5 |
| | | b. Keluangan waktu pelayanan | 6 |
| | 3. Competence | a. Reputasi restoran | 7 |
| | | b. Kemampuan pelayanan | 8 |
| 4. Credibility | a. Keramahan karyawan | 9 | |
| | b. Kesabaran karyawan | 10 | |
| 5. Tangibles | a. Kebersihan fasilitas | 11 | |
| | b. Kerapihan karyawan | 12 | |
| | c. Tata ruang | 13 | |
| 6. Communication | a. Komunikasi kepada pelanggan | 14 | |
| | b. Kesopanan kepada pelanggan | 15 | |
| Promosi (X3) | 1. Media promosi yang digunakan | a. Efektifitas promosi | 16 |
| | | b. Kemudahan pemahaman pesan dan iklan | 17 |
| | 2. Informasi yang digunakan | a. Efektifitas media iklan | 18 |
| | | b. Informasi langsung | 19 |
| 3. Publisitas | a. Citra perusahaan | 20 | |
| | b. Opini konsumen | 21 | |
| 4. Saluran komunikasi | a. Komunikasi pesonal | 22 | |
| | b. Komunikasi non personal | 23 | |
| Keputusan Pembelian (Y) | 1. Pengenalan Kebutuhan | a. Kebutuhan psikologi/estetika | 24 |
| | 2. Pencarian Informasi | a. Sumber dari rekan, organisasi, dll. | 25 |
| | | b. Pengaruh rekomendasi | 26 |
| | 3. Evaluasi Alternatif | a. Pertimbangan tertentu | 27 |
| b. Resiko yang kecil | | 28 | |
| 4. Tingkah laku Pasca pembelian | a. Kepuasan | 29 | |
| | b. Sesuai keinginan | 30 | |

Sumber : Kotler & Keller (2008) dan Rambat Lupiyoadi (2011)

3.7. Metode Analisis

3.7.1. Uji Validitas

Untuk uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkolerasikan antara skor yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Instrumen yang diberikan kepada 95 orang konsumen restoran XXI lounge mega bekasi sebagai sampel penelitian. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan r tabel *Product Moment* pada Sig 0.05 (*two tail*). Jika nilai r hitung lebih besar daripada r tabel dan bernilai positif, maka instrumen tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2004).

3.7.2. Uji Reliabilitas

pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrumen memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat keandalannya dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha.

Lebih lanjut Sugiyono mengemukakan, instrumen penelitian dikatakan reliabel, jika nilai Cronbach Alpha sebesar 0,6 atau lebih.

3.7.3. Metode Analisis Data

Pengolahan dan penyajian data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan komputer dengan program Microsoft Excell dan bantuan program SPSS ver.20 dengan tujuan untuk mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dan lebih efisien. Kemudian dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan dan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah peneliti dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

3.7.4. Analisis Statistik

Analisis statistik dimaksudkan untuk melakukan perhitungan data yang telah disajikan dalam menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis penelitian. Metode analisis statistik penelitian dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Antara lain ditentukan langkah-langkah perhitungan sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Korelasi

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

- **Analisis Koefisien Korelasi Parsial**

Analisis ini merupakan alat yang dapat digunakan apabila dalam suatu penelitian terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial

dihitung untuk mengetahui hubungan variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tetap.

- a. Korelasi parsial antara X_1 dengan Y (X_2 dan X_3 Konstan)

$$r_{Y1.23} = \frac{r_{Y1} - (r_{Y2} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y2})^2) \cdot (1 - (r_{Y3})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

- b. Korelasi parsial antara X_2 dengan Y (X_1 dan X_3 Konstan)

$$r_{Y2.13} = \frac{r_{Y2} - (r_{Y1} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (1 - (r_{Y3})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

- c. Korelasi parsial antara X_3 dengan Y (X_1 dan X_2 Konstan)

$$r_{Y3.21} = \frac{r_{Y3} - (r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (1 - (r_{Y2})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

- Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Alat ini merupakan alat ukur untuk mengetahui korelasi antara satu variabel terikat terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara serentak.

$$r_{Y123} = \sqrt{\frac{(r_{Y1})^2 + (r_{Y2})^2 - (r_{Y3})^2 - 2(r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{Y3})}{1 - (r_{123})^2}}$$

Nilai koefisien korelasi berkisar dari -1 sampai 1. Interpretasi bagi nilai koefisien korelasi (r) tertentu adalah:

- a. Jika r mendekati 1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan positif
- b. Jika r mendekati -1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan negatif
- c. Jika r mendekati 0, maka antara variabel X dan variabel Y tidak terdapat hubungan atau sangat lemah

Oleh karena itu, jika nilai r mendekati -1 atau 1, maka hubungan antara dua variabel semakin kuat. Sebaliknya, jika nilai r semakin jauh dari -1 atau 1 berarti hubungan antar variabel akan semakin lemah.

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis terhadap p digunakan untuk mengetahui signifikan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maupun simultan.

1. Pengujian Parsial

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial:

a. Hubungan X_1 dengan Y

$H_0 : \rho_1 \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga jual dengan keputusan membeli)

$H_a : \rho_1 > 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga jual dengan keputusan membeli)

b. Hubungan X_2 dengan Y

$H_0 : \rho_2 \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan membeli)

$H_a : \rho_2 > 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan keputusan membeli)

c. Hubungan X_3 dengan Y

$H_0 : \rho_3 \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan membeli)

$H_a : \rho_3 > 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan membeli)

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, dilihat dari *P-value* dibandingkan dengan taraf nyata α ($5\% = 0,05$). Kriteria pengujiannya adalah:

H_0 ditolak, jika $P\text{-value} < 0,05$ dan

H_0 diterima, jika $P\text{-value} \geq 0,05$

2. Pengujian Simultan

$H_0 : \rho_1, \rho_2, \rho_3 \leq 0$ (secara simultan tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga

jual, kualitas pelayanan, promosi dengan keputusan membeli).

$H_a : \rho_1, \rho_2, \rho_3 > 0$ (secara simultan terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga jual, kualitas pelayanan, promosi dengan keputusan membeli).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara simultan dilihat dari nilai *significance F* dibandingkan dengan taraf nyata α (5% = 0,05). Kriteria pegujiannya adalah:

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

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

Tabel 3.3

Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi

| Interval koefisien | Tingkat hubungan |
|---------------------------|-------------------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,000 | Sangat kuat |

Sumber : sugiyono, metode penelitian (2009)