

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Penelitian**

Jan Ngopi Café yang berlokasi di Jl. Raya Gatot Subroto no 71, Turen, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

#### **B. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian “Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Jan Ngopi Café”, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode Penelitian Kuantitatif memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dan digunakan untuk melakukan penelitian pada suatu populasi atau sampel. Penelitian ini berakar pada filsafat positivisme, mengikuti prinsip-prinsip ilmiah, serta memenuhi kriteria ilmiah secara konkret, terukur, obyektif, rasional, dan sistematis (Sugiyono, 2017)

#### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen di Jan Ngopi Café dan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti.

Menurut Arikunto, (2006) sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Adapun penentuan jumlah sampel yang dikutip

oleh Sugiyono, (2017) adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Teori tersebut didukung Fraenkel dan Wallen, (2012) menyarankan besar sampel minimum untuk penelitian deskriptif sebanyak 100. Maka, berdasarkan teori tersebut sampel yang menjadi acuan oleh peneliti sebanyak 100 responden.

Disisi lain, teknik pengambilan sampel, atau dikenal sebagai teknik sampling adalah langkah untuk memilih sejumlah sampel dari suatu populasi dengan tujuan agar hasil penelitian terhadap sampel dapat mewakili sifat atau karakteristik secara umum dari populasi tersebut (Sekaran, 2017). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan penilaian subjektif peneliti berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap memiliki hubungan dengan karakteristik populasi. Kriteria responden yang dianggap dapat mewakili karakteristik populasi antara lain :

- a. Berusia minimal 18 tahun dikarenakan pada usia 18 tahun keatas seseorang mampu memberikan penilaian dan keputusan terhadap suatu hal dengan lebih objektif dan rasional berdasarkan hasil pengamatannya
- b. Merupakan seseorang yang mengunjungi / pernah melakukan keputusan pembelian Jan Ngopi Café minimal 1x (satu kali) dalam kurun waktu 1 bulan terakhir. Karena konsumen bisa merasakan dan menilai kualitas produk pada Jan Ngopi Café dan menilai dari harga

serta lokasi kopi.

#### D. Sumber Data

Data yang akurat dan konkret merupakan hal penting yang harus dimiliki dalam sebuah penelitian agar mendapatkan hasil yang dapat dipertanggung jawabkan. Oleh karena itu, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui partisipasi responden individu, kelompok fokus, dan diskusi panel (Sekaran, 2017). Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *online* dan *offline* kepada pihak-pihak terkait, khususnya kepada konsumen kedai Kopi Jan Ngopi Malang.

#### E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan indikasi bagaimana variabel diukur, sehingga peneliti dapat mengetahui variabel baik atau buruk pengukuran tersebut. Variabel dependent penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Adapun variabel independent dalam penelitian ini yaitu harga (X1), lokasi (X2) dan kualitas produk (X3).

**Tabel 3.1 Definisi Operasional**

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Harga	Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan</li> </ol>	Kotler dan Armstrong (2008)

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
	lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan.	manfaat	
Lokasi	Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akses</li> <li>2. Visibilitas</li> <li>3. Lalu lintas</li> <li>4. Tempat parkir luas</li> <li>5. Ekspansi</li> <li>6. Lingkungan</li> <li>7. Kompetisi</li> <li>8. Peraturan pemerintah</li> </ol>	(Tjiptono, 2014)
Kualitas Produk	Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewahan produk yang memenuhi keinginan konsumen dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penampilan</li> <li>2. Porsi</li> <li>3. Temperatur</li> <li>4. Tektur</li> <li>5. Aroma</li> <li>6. Tingkat kematangan</li> <li>7. Rasa</li> <li>8. Warna</li> <li>9. Bentuk</li> </ol>	Gaman dan Sherrington (2014)
Keputusan Pembelian	keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk</li> <li>2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai</li> <li>3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan</li> <li>4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.</li> </ol>	(Kotler dan Amstrong, 2008)

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket), yang dimana kuesioner merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien dengan memberikan daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dengan alternatif jawaban yang telah didefinisikan dengan jelas. Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dan *offline* dengan *google form* yang disebarakan melalui grup-grup elektronik maupun pesan singkat.

## **G. Penskalaan Data**

Skala pengukuran adalah persetujuan yang diadopsi untuk menentukan interval yang terdapat dalam alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif dalam instrumen pengukuran (Sugiyono, 2014). Penelitian ini menggunakan skala Likert, yang merupakan skala yang digunakan untuk menguji sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
2. Untuk jawaban Setuju (S) diberi skor 4
3. Untuk jawaban Netral (N) diberi skor 3
4. Untuk jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
5. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

## **H. Uji Instrumen**

## 1. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Menurut Sugiyono (2014), Instrumen yang dianggap valid menunjukkan bahwa alat pengukuran yang digunakan untuk mengumpulkan data tersebut dapat diandalkan atau sesuai untuk mengukur hal yang seharusnya diukur. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Rumus yang digunakan adalah **teknik korelasi Product Moment**, yaitu:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

sebagai berikut:

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara butir dengan jumlah skor

X = Skor tiap item

Y = Jumlah skor

N = Banyaknya sampel

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu instrument dalam pengukuran kuisisioner tersebut

reliabel jika dari instrument tersebut dapat secara konsisten memunculkan hal yang sama setiap dilakukan pengukuran (Ferdinand, 2014). Menurut Ghozali (2018) Uji Reliabel bisa dilakukan dengan instrument koefisien Croncbach Alpha dengan rumus :

$$r_{11} = \frac{K}{K-1} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right\}$$

Keterangan :

$r_{11}$  = keofisien realibilitas instrument yang dicari

$k$  = banyaknya jumlah pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah variasi skor butir soal ke  $i$

$i$  = 1,2,3,4,...n

$\sigma_t^2$  = variasi total

Lalu kriteria perhitungan reliabilitasnya sebagai berikut :

- a. Apabila diperoleh nilai alpha croncbach pada variabel  $> 0,6$  maka variabel dikatakan reliabel
- b. Apabila diperoleh nilai alpha croncbach pada variabel  $< 0,6$  maka variabel dikatakan tidak reliabel

## I. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear berganda dianggap efektif ketika memenuhi asumsi klasik, termasuk normalitas data, serta bebas dari masalah seperti multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Maka pengujian asumsi klasik data yang diolah sebagai berikut :

### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut variabel dependen dan variabel independen memiliki kontribusi atau tidak (Ghozali, 2012). Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan uji statistik Kolmogoro-Smirnov Test dan dari hasil uji tersebut dapat dilihat jika menunjukkan nilai signifikansi  $>0,5$  maka disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2016). Untuk mengidentifikasi adanya multikolinieritas, dapat dilakukan dengan menganalisis matriks korelasi antar variabel bebas dan menghitung nilai *tolerance* serta nilai VIF menggunakan SPSS. Jika nilai VIF  $<10$ , maka tidak terjadi multikolinieritas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian heteroskedastisitas adalah untuk memeriksa apakah ada ketidaksetaraan varians dari residual antara satu observasi ke observasi lain pada model regresi. Dalam penelitian ini pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan uji koefisien korelasi Spermán's rho, dengan mengkorelasikan variabel bebas dengan residual. Jika korelasi antar variabel bebas dengan residualnya menghasilkan nilai signifikansi  $\geq 0,05(\alpha)$ , maka tidak heteroskedastisitas.

## J. Teknik Analisis Data



Menurut Sugiyono (2018), analisis data merupakan hal yang kritis dalam proses penelitian kuantitatif. Penggunaan teknik analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami serta memberikan jawaban terhadap perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian tersebut. Maka teknik analisis dalam penelitian ini melalui beberapa tahap sebagai berikut :

### 1. Rentang Skala

Rentang skala adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur dan menilai variabel yang diteliti. Nilai rata-rata untuk setiap variabel dapat ditentukan dengan interval kelas untuk setiap skala Likert dengan menggunakan rumus rentang skala. Untuk menentukan interval kelas variabel gaya kepemimpinan, kinerja karyawan, dan budaya organisasi dalam penelitian ini digunakan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$rs = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel

M = Jumlah alternatif jawaban

Rs = Rentang skala penelitian

Maka rentang skala dapat diperoleh dengan perhitungan berikut :

$$rs = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$rs = \frac{400}{5}$$

$$rs = 80$$

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh rentang skala yaitu 80. Dengan demikian skala penilaian setiap variabel adalah sebagai berikut.

**Tabel 3.2 Rentang Skala**

<b>Interval</b>	<b>Harga (X1)</b>	<b>Lokasi (X2)</b>	<b>Kualitas Produk (X3)</b>	<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>
100-179	Sangat Tidak Terjangkau	Sangat Tidak Strategis	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Mantap
180-259	Tidak Terjangkau	Tidak Strategis	Tidak Baik	Tidak Mantap
260-339	Cukup	Cukup	Cukup	Cukup
340-420	Terjangkau	Strategis	Baik	Mantap
421-500	Sangat Terjangkau	Sangat Strategis	Sangat Baik	Sangat Mantap

## 2. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah metode analisis yang dipergunakan untuk mengukur korelasi antara dua variabel atau lebih, dan juga memberikan indikasi arah hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y)(Sugiyono, 2018), dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> = Harga

$X_2$  = Lokasi

$X_3$  = Kualitas Produk

## K. Uji Hipotesis

### 1. Uji t (Parsial)

Ghozali (2011) menyatakan bahwa uji statistik t pada dasarnya mengindikasikan sejauh mana pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variabel dependen. Untuk melihat pengaruh secara parsial, maka peneliti mengambil dasar keputusan sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak yang berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat
2. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka hipotesis diterima yang berarti ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

### 2. Uji Dominan

Uji dominasi dilakukan untuk mengetahui variabel kualitas layanan dan harga mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan berpengaruh nilai koefisien beta ( $\beta$ ) yang paling besar.