

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dilaksanakannya penelitian dengan tujuan memperoleh data-data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi, penulis melakukan penelitian pada Kakkooi Resto All you can eat Japanese BBQ and Shabu-shabu di Kota Malang yang beralamat pada Jl. Soekarno Hatta PTP II No. Kavling 8, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan proses survey pengambilan data. Metode penelitian ini didasarkan pada filsafat positivisme, dimana ilmu ini berpandangan bahwa suatu fenomena itu dapat diklasifikasikan, dapat diukur dan cenderung dapat diamati dan diukur (Sugiyono, 2019). Jika ditinjau dari tingkat penjabarannya penelitian ini tergolong penelitian deskriptif. Metode penelitian kuantitatif dipilih karena pada penelitian ini peneliti berusaha mengukur beberapa item variabel untuk menemukan suatu penyebab sebuah masalah yang sedang terjadi atau yang telah terjadi walaupun peneliti tidak memiliki kuasa atas variabel tersebut (Kothari, 2004).

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Penjelasan lebih lanjut mengenai populasi oleh Uma Sekaran dan Bougie (2017) bahwa populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau berbagai hal yang menarik untuk diteliti oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kakkooi Resto All you can eat Japanese BBQ and Shabu-shabu Kota Malang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif.

Jumlah sampel yang representatif dapat ditentukan dengan cara jumlah indikator dikali dengan konstanta 5 sampai 10 (Ferdinand, 2014). Berdasarkan uraian diatas, peneliti menetapkan jumlah responden sebanyak 140 responden untuk dijadikan besaran sampel, hasil tersebut diperoleh dari perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Sampel Minimum} = \text{Jumlah Indikator Penelitian} \times 5$$

$$\text{Sampel Minimum} = 28 \times 5$$

$$\text{Sampel Minimum} = 140$$

Dari hasil perhitungan diatas jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebesar 140 responden yang akan menjadi responden dalam penelitian ini adalah konsumen Kakkooi Resto All you can eat Japanese BBQ and Shabu-shabu Kota Malang. Dalam penentuan sampel, Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Dalam hal ini, peneliti menetapkan beberapa karakteristik yang dirasa cocok untuk dijadikan responden yaitu :

- 1) Konsumen yang baru pertama kali mengkonsumsi produk di Kakkooi Resto All you can eat Japanese BBQ and Shabu-shabu
- 2) Konsumen yang berusia 22-50 tahun

3. Teknik Sampling

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan adanya kesempatan yang sama bagi anggota (Priyono, 2008). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2019) "*accidental sampling* adalah mengambil

responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data”.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dan dihitung secara langsung, dimana informasi atau penjelasannya berupa bilangan atau angka. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan juga sekunder, data ini didapatkan dari penyebaran kuesioner atau angket kepada sampel yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2019) data primer adalah data yang langsung didapatkan dari responden kepada peneliti. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti dapat menggunakan kuisisioner untuk disebarakan kepada responden yang sudah ditentukan (Jonathan, 2006). Menurut Sugiyono (2019) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan dari merdeka.com (data restaurant all you can eat yang ada di Kota Malang dan data harga) serta sumber dari google.com (kualitas dan komentar terkait layanan).

E. Definisi Operasional Variabel

Operational variable merupakan suatu rancangan alat ukur yang digunakan untuk menjabarkan setiap variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator. Disamping itu, tujuannya adalah untuk memudahkan peneliti dalam menjabarkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Penelitian ini terdiri dari tiga pokok variabel yang akan diteliti yaitu, Kualitas Layanan (X_1) Harga (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y). Berikut ini operasional variabel nya :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel dan Konsep	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator
1	Keputusan Pembelian (Y) Keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian berdasarkan beberapa aspek. Schiffman dan Kanuk, (2015)	Keputusan pembelian merupakan proses yang dipilih konsumen untuk memutuskan pembelian paket Kakkooi Resto All you can eat Japanese BBQ and Shabu-shabu Kota Malang.		<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk 2. Keberagaman varian produk 3. Daya beli konsumen 4. Kebutuhan akan produk <p>(Tjiptono, 2016)</p>
2	Kualitas Layanan (X ₁) Kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan Kotler dan Keller (2016)	Kualitas layanan merupakan kemampuan pelayanan yang diberikan oleh Kakkooi Resto All you can eat Japanese BBQ and Shabu-shabu Kota Malang sehingga dapat memuaskan konsumennya	<i>Tangible</i> (Dapat Terlihat)	Memiliki design interior ruangan yang indah
				Memiliki peralatan memasak (<i>grill</i>) yang lengkap
				Memiliki fasilitas umum yang lengkap
			<i>Reliability</i> (Tepat)	Memiliki <i>live cooking</i> yang dapat dilihat secara langsung
				Karyawan dapat menjelaskan pilihan paket yang tersedia
				Jam operasional sesuai dengan informasi

No.	Variabel dan Konsep	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator
				Memberikan informasi terkait memasak (<i>grill</i>) dengan tepat
				Produk yang ditawarkan pada social media sesuai dengan yang didapat
			<i>Responsiveness</i> (Cepat)	Kesigapan dalam melayani pelanggan saat reservasi online
				Menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat
				Mampu menyelesaikan keluhan pelanggan dengan cepat
				Kecepatan saat melakukan pembayaran
				Melayani pelanggan dengan sopan
			<i>Assurance</i> (Terjamin)	Rasa aman saat memasak (<i>grill</i>)
				Melayani pelanggan dengan ramah
				Karyawan mampu menjelaskan setiap pertanyaan pelanggan
			<i>Empathy</i> (Peduli)	Peduli terhadap kompor grill pelanggan tanpa diminta
				Menyediakan kursi bayi untuk pelanggan yang membutuhkan

No.	Variabel dan Konsep	Definisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator
				Menawarkan bantuan kepada pelanggan saat memasak (grill)
				Mengingatkan waktu penyajian kepada pelanggan ketika akan berakhir
3	Harga (X_2) Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang Alma, (2011)	Harga menjadi persepsi nilai yang harus dibayarkan konsumen Kakkooi Resto All you can eat Japanese BBQ and Shabu-shabu Kota Malang atas produk yang dibelinya.		1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Harga dapat bersaing dengan kompetitor 4. Harga sesuai dengan manfaat (Kotler dan Keller, 2012)

F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini akan dilakukan secara langsung, adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan kuisisioner. Pengumpulan data kuisisioner dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada responden secara langsung. Data yang diperoleh dari kuisisioner kemudian dikumpulkan dan diolah dengan memberikan bobot penilaian dari setiap pernyataan berdasarkan skala likert. Berikut merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti:

1. Cara mendapatkan data kuisisioner dengan cara membagikan kuisisioner penelitian kepada konsumen Kakkooi Resto All you can eat Japanese BBQ and Shabu-shabu yang telah selesai mengkonsumsi hidangan dan juga sesuai dengan karakteristik responden yang sudah ditentukan peneliti, maka akan diberikan kuisisioner
2. Proses penyebaran kuisisioner penelitian dilakukan selama 3 minggu, dimana pada minggu pertama mendapat 52 responden, pada minggu kedua

mendapatkan 40 responden, perbedaan jumlah responden yang didapatkan dalam 2 minggu tersebut dikarenakan pada minggu kedua resto Kakkooi sepi pengunjung dan hanya ramai saat akhir pekan. Pada minggu ketiga penyebaran kuesioner, peneliti mendapat 48 responden. Dalam hal ini, peneliti menambahkan 20 responden tambahan sebagai cadangan bilamana saat pengujian didapati data tidak valid. Setelah jawaban responden terkumpul semua, peneliti merekap dan menganalisis jawaban responden.

G. Alat Pengukuran Data

Pada penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala dengan memanfaatkan pendekatan analisis item, di mana item tertentu dievaluasi atas dasar seberapa baik membedakan antara orang-orang yang skor total tinggi dan mereka yang skornya rendah (Kothari, 2004). Menurut Sugiyono (2019) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial.

Setiap pertanyaan ataupun pernyataan yang diukur dengan skala likert memiliki lima tingkatan preferensi jawaban (Sugiyono, 2019). Dimana masing masing jawaban memiliki skor atau bobot yang telah ditentukan, seperti rincian pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Pilihan Jawaban Responden	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

Keterangan :

1. Responden dengan jawaban Sangat Setuju akan diberi skor 5 (lima)
2. Responden dengan jawaban Setuju akan diberi skor 4 (empat)
3. Responden dengan jawaban Netral akan diberi skor 3 (tiga)
4. Responden dengan jawaban Tidak Setuju akan diberi skor 2 (dua)
5. Responden dengan jawaban Sangat Tidak Setuju akan diberi skor 1 (satu)

H. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah sejauh mana perbedaan yang ditemukan dengan alat ukur mencerminkan perbedaan yang sebenarnya di antara mereka sedang diuji (Kothari, 2004). Valid atau tidaknya sebuah instrumen penelitian dapat dilihat dengan membandingkan indeks korelasi product moment pearson dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Apabila hasil uji menunjukkan nilai corrected item atau rhitung lebih dari sama dengan rtabel (rhitung > rtabel) maka instrumen dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kemampuan alat ukur untuk tetap konsisten meskipun ada perubahan waktu (Syahrums & Salim, 2012). Secara implisit, reliabilitas mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya (Sanusi, 2014). Sebuah instrumen penelitian dikatakan reliabel ketika memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,6. Berikut rekapitulasi hasil uji reliabilitas setiap variabel.

I. Uji Asumsi Klasik

Ketika dalam sebuah penelitian menggunakan analisis regresi, peneliti harus menggunakan uji asumsi klasik agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan syarat pengujian. Berikut uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah menggunakan model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016). Pengujian ini menggunakan program *SPSS 26 for Windows*. Untuk menguji variabel berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dengan memperhatikan hasil nilai signifikan (Monte Carlo Sig.) pada proses pengujian. Variabel berdistribusi normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 (sig > 0,05).

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2016). Uji ini dapat dengan melihat hasil dari nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Apabila nilai Tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF kurang dari sama dengan 10 ($VIF < 10$) maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksi terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan metode uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresi nilai absolut residual dari model yang diestimasi terhadap variabel-variabel penjelas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilihat dari nilai probabilitas setiap variabel. Jika Probabilitas $> 0,05$ berarti tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika Probabilitas $< 0,05$ berarti terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi berkaitan dengan pengaruh observer atau data dalam satu variabel yang saling berhubungan satu sama lain. Besaran nilai sebuah data dapat saja dipengaruhi atau berhubungan dengan data lainnya (atau data sebelumnya). Misalkan untuk kasus jenis data time series data investasi tahun ini sangat tergantung dari data investasi tahun sebelumnya. Kondisi inilah yang disebut dengan autokorelasi. Regresi secara klasik mensyaratkan bahwa variabel tidak boleh tergejala autokorelasi. Jika tergejala autokorelasi, maka model regresi menjadi buruk karena akan menghasilkan parameter yang tidak logis dan di luar akal sehat.

Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi gejala autokorelasi yaitu uji Durbin Watson (DW Test), uji Langrage Multiplier (LM Test), uji statistik Q, dan run Test. Dari beberapa uji autokorelasi tersebut, penelitian ini

menggunakan uji Durbin Watson (DW Test). Dasar Pengambilan Keputusan Metode pengujian Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai durbin-watson lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4- dL) maka terdapat autokorelasi.
- b. Jika nilai durbin-watson terletak antara dU dan (4-dU), maka tidak ada autokorelasi.
- c. Jika nilai durbin-watson terletak antara dL dan dU atau diantara (4-dU) dan (4-dL), maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

5. Uji Linearitas

Menurut Sugiyono, (2017) uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variable yang akan dikenai prosedur analisis statistik menunjukkan hubungan yang linear atau tidak. Pengujian dengan SPSS menggunakan Test of Linearity pada taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujian dengan uji statistika yaitu:

- a. Jika signifikan pada Linearity $> 0,05$. Maka data tidak mempunyai hubungan linier.
- b. Jika signifikan pada Linearity $< 0,05$. Maka data mempunyai hubungan linier.

J. Teknik Analisis Data

Sebelum dilakukannya analisis data dengan menggunakan analisis regresi, data harus melalui uji prasyarat analisis dengan menggunakan uji asumsi klasik, yang meliputi :

1. Rentang Skala

Menurut (Ghozali 2016) rentang skala digunakan untuk mengolah data mentah berupa angka yang kemudian diartikan dalam pengertian kualitatif. Analisis rentang skala ini digunakan untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan, harga, dan keputusan pembelian pada Kakkooi Resto All you can eat Japanese BBQ and Shabu-shabu Kota Malang dengan rumus sebagai berikut

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

Keterangan :

R_s = rentang skala

n = jumlah sampel

m = jumlah alternative jawaban

Dari rumus diatas maka didapatkan rentang skala sebagai berikut:

$$R_s = \frac{140(5-1)}{5} = \frac{560}{5} = 112$$

Jadi hasil yang diperoleh dari rentang skala adalah 112

1. Skor Minimum : (Bobot Terendah x Jumlah Sampel) : $1 \times 140 = 140$
2. Skor Maksimum : (Bobot Tertinggi x Jumlah Sampel) : $5 \times 140 = 700$

Tabel 3.3 Rentang Skala

Skor	Kualitas Layanan	Harga	Keputusan Pembelian
140 – 251	Sangat rendah	Sangat rendah	Sangat rendah
252 – 363	Rendah	Rendah	Rendah
364 – 475	Cukup	Cukup	Cukup
476 – 587	Tinggi	Tinggi	Tinggi
588 – 700	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah sebuah analisis hasil dari pengembangan analisis regresi linier sederhana. Analisis ini adalah sebuah alat ukur yang digunakan untuk meramalkan pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Layanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda menggunakan alat bantu *SPSS 26 for Windows*.

Rumus regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan :

Y = Variabel Keputusan Pembelian

a = Parameter Konstanta

b = Parameter Koefisien Regresi

x_1 = Variabel Kualitas Layanan

x_2 = Variabel Harga

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sanusi (2013) R^2 digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel bebas (X) dalam menjelaskan variabel terikat (Y). Apabila nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel independen persepsi kualitas layanan (X1) dan harga (X2) dalam menjelaskan variabel dependen keputusan pembelian (Y) sangat terbatas, begitupun sebaliknya. Jadi dalam penelitian ini, uji koefisien determinasi dilakukan untuk melihat besarnya pengaruh kualitas layanan (X1) dan harga (X2), dalam menjelaskan keputusan pembelian (Y) di Kakkooii Resto All you can eat Japanese BBQ and Shabu-shabu Kota Malang.

K. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengambil sebuah keputusan atau kesimpulan yang didasarkan dengan data yang telah dilakukan langkah analisis. Uji ini dapat dilakukan pada jenis penelitian terkontrol maupun yang tidak terkontrol (observasi).

1. Uji t

Dijelaskan oleh Kuncoro, (2013) uji statistik parsial atau uji t ini dapat melihat seberapa jauh pengaruh variabel secara individu terhadap variabel terikat. Uji ini menggunakan *SPSS 26 for Windows* dan digunakan untuk menguji hipotesis dengan didasarkan nilai sig. sebagai berikut :

- a) Jika nilai Sig. > 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai Sig. < 0,05 maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

2. Uji Dominan

Uji dominan dilakukan untuk mencari variabel bebas mana yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat, jika dibandingkan dengan beberapa variabel bebas lainnya. Untuk mengetahui variabel dominan ini dapat diketahui dengan melihat nilai koefisien beta serta dari nilai t hitung yang paling besar.

