

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kausalitas, yaitu Menurut Sugiyono (2015) penelitian kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat bantu untuk mengumpulkan informasi dari responden. Penelitian ini mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat antara variabel bebas yaitu faktor sosial (X1), faktor pribadi (X2), faktor psikologis (X2), dengan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) dan untuk mengetahui faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk McDonalds di Sidoarjo.

3.2 Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan pada penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui kuesioner atau angket yang dibagikan kepada responden. Data sekunder didapatkan melalui penelitian terdahulu seperti jurnal dan skripsi, buku, bahan-bahan kuliah yang berhubungan dengan penelitian dan dokumentasi.

3.3 Waktu Dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli sampai Agustus 2022. Penelitian ini dilakukan di gerai McDonaals Siodarjo Jawa Timur yang berlokasi di Jl. Raya Pabean No. 6 (Juanda), Jl. Letjend S Parman No. 4 (Waru), Jl. Puri Surya Jaya (Gedangan), Jl. Raya Geluran (Sepanjang), Jl. Pahlawan (Sidoarjo Kota). Pemilihan tempat penelitian ini dilakukan secara sengaja atau *purposive* dengan pertimbangan bahwa gerai McDonalds di Sidoarjo merupakan gerai yang paling ramai diantara gerai restoran cepat saji lainnya.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2012), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan kriteria yang diteliti, dengan menetapkan pertimbangan atau kriteria yang harus dipenuhi

oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan estimasi interpretasi. Menurut *Hair et al* (2010) penentuan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus yaitu sebagai berikut:

$$N = (\text{Jumlah Indikator} + \text{jumlah variable laten}) \times (5 \text{ sampai } 10 \text{ kali})$$

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel maksimal untuk penelitian ini adalah :

$$N = (17 + 3) \times 7$$

$$N = 140 \text{ responden}$$

Sehingga dapat ditarik kesimpulan jika jumlah responden maksimal pada penelitian ini adalah 140 responden dengan kriteria :

1. Pria atau Wanita yang berusia 16 tahun – 50 tahun
2. Melakukan transaksi pembelian di Mcdonalds (*dine in, drive thru, online*) minimal 2x dalam sebulan
3. Bersedia mengisi kuisisioner dengan baik dan sesuai

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang dibagikan kepada responden, pengukuran variabel menggunakan skala Likert. Skala Likert (*Likert Scale*) digunakan untuk mengukur respons subjek kedalam empat point skala dengan interval yang sama (Jogiyanto, 2013). Penilaian yang digunakan dalam pengukuran variabel adalah satu sampai empat, yang digambarkan sebagai berikut :

Tabel 3. Skala Likert

| Kategori | Bobot Nilai |
|---------------------|-------------|
| Sangat Setuju | 4 |
| Setuju | 3 |
| Tidak setuju | 2 |
| Sangat tidak setuju | 1 |

Sumber : Jogiyanto (2013)

Menurut Sugiyono (2019) kuesioner bisa menggunakan pertanyaan terbuka ataupun tertutup, diberikan kepada responden secara langsung atau dikirimkan melalui pos maupun internet. Pengambilan data dilakukan pada saat pembeli melakukan pembelian secara langsung ditempat penelitian dengan cara mengirimkan kuisisioner *online* dalam bentuk *google form* ke *Whatsapp* pembeli sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Kriteria sampel pengujian yaitu memiliki usia antara 18-40 Tahun dan minimal melakukan pembelian produk McDonalds 1 kali dalam sebulan.

3.6 Metode Analisis Data

Data diolah menggunakan pengukuran statistik dengan menggunakan *software SPSS (Statistical Product and Service Solution)*. Beberapa tehnik analisis data yang dilakukan di dalam penelitian ini adalah:

3.6.1 Uji Instrumen Data

1. Uji Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif berfungsi memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan kemudian membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2017: 29). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif menggunakan tabel distribusi frekuensi. Tabel distribusi frekuensi disusun karena jumlah data yang disajikan banyak, sehingga apabila disajikan dalam tabel bisa menjadi tidak efisien dan

kurang komunikatif (Sugiyono, 2017). Objek dalam penelitian ini adalah Konsumen produk McDonalds di Sidoarjo.

2. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2006:45), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it succesfully measure the phenomenon*) (Syofian, 2012). Suatu instrumen penelitian harus valid agar hasil yang dihasilkan dalam penelitian dapat dipercaya. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar (Jogiyanto, 2013).

Pertanyaan atau indikator yang valid dapat dilihat dari:

1. Nilai pada *Significant* setiap indikator, dimana angka tersebut signifikan apabila $< 0,05$.
2. Nilai pada *Pearson Correlation* pada setiap indikator, dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung $>$ dari r tabel dan nilai positif maka pertanyaan dinyatakan valid.

3. Uji Reliabilitas

Reabilitas (*reability*) adalah tingkat seberapa besar suatu pengukur mengukur dengan stabil dan konsisten (Jogiyanto, 2013 : 146). Reabilitas berhubungan dengan konsistensi dari pengukur. Suatu pengukur dikatakan *reliable* jika dapat dipercaya, maka hasil dari pengukuran harus akurat dan konsisten.

Teknik pengukuran reabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Alpha Cronbach*. Menurut Sugiyono (2012) kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, bila koefisien reliabilitasnya $> 0,70$. Menurut Syofian (2012 : 57) terdapat tiga tahapan perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, yaitu :

- a. Menentukan nilai varians setiap butir pertanyaan.
- b. Menentukan nilai varians total.
- c. Menentukan reliabilitas instrumen.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada asumsi – asumsi statistik guna menguji bahwa model regresi merupakan model yang baik. Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan sebuah model yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin. Karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heterokedastisitas.

1. Uji Normalitas

Peneliti menggunakan uji normalitas dalam menganalisis data dengan tujuan untuk menguji apakah dalam nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Sebuah penelitian dapat dikatakan baik apabila data penelitian tersebut berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha : 0,05$) atau dapat dituliskan dalam hipotesis berikut ini:

H₀ : Data residual berdistribusi normal

H₁ : Data residual tidak berdistribusi normal

Adapun kriteria dalam pengambilan keputusan dalam uji normalitas :

Nilai signifikan $> \alpha = 0,05$ apabila data tersebut terdistribusi normal

Nilai signifikan $\leq \alpha = 0,05$ apabila data tersebut tidak berdistribusi normal

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam pengujian model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Penelitian yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar sesama variabel independen.

Uji multikolonieritas dapat dilakukan dengan mengamati *Variance Inflation Factors* (VIF) dan melihat angka *tolerance*.

Hipotesis yang akan diuji :

H₀: Tidak ada multikolonieritas

H₁ : Ada multikolonieritas

Nilai VIF yang diperbolehkan adalah 10, H₀ diterima apabila VIF > 10 dan

nilai *tolerance* > 0,10 berarti terjadi multikolonieritas antar sesama variabel independen. Sebaliknya H0 ditolak jika VIF < 10 dan nilai *tolerance* < 0,10 berarti tidak terjadi multikolonieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas memiliki tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas, yaitu ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan dengan residual pengamatan lainnya. Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *glejser* yaitu dengan cara meregresikan antar variabel independen dengan nilai absolut residualnya (Abses). Apabila nilai signifikansi antara variabel independen > 0,05 maka variabel independen tersebut terbebas dari heterokedastisitas. Dapat dituliskan pada hipotesis berikut ini:

H0 : Tidak ada heterokedastisitas

H1 : Ada heterokedastisitas

H0 diterima bila nilai signifikansi > 0,05 berarti tidak terdapat heteroskedastisitas dan H0 ditolak bila nilai signifikansi < 0,05 yang berarti terdapat heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antar kesalahan pengganggu (*residual*) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (Imam, 2014 : 89). Uji autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin Watson (uji DW). Hipotesis yang akan di uji yaitu:

H₀ Tidak ada autokorelasi ($r = 0$) H₁ Ada autokorelasi ($r^1 = 0$)

Tabel 4. DurbinWatson d test : Pengambilan Keputusan

| Hipotesis Nol | Keputusan | Jika |
|--|-------------|-----------------------------|
| Tidak ada korelasi positif | Tolak | $0 < d < dl$ |
| Tidak ada korelasi positif | No decision | $dl \leq d \leq du$ |
| Tidak ada korelasi negatif | Tolak | $4 - dl < d < 4$ |
| Tidak ada korelasi negatif | No decision | $4 - du \leq d \leq 4 - dl$ |
| Tidak ada autokorelasi positif dan negatif | Tidak tolak | $du < d < 4 - du$ |

Ket : du : Durbin Watson upper, dl : Durbin Watson lower

- a. Bila nilai DW terletak antara batas atau upper bound (du) dan $(4 - du)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- b. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah atau lower bound (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- c. Bila nilai DW lebih besar daripada $(4 - dl)$, maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negative
- d. Bila nilai DW terletak di antara batas atas (du) dan batas bawah (d) atau DW terletak antara $(4 - du)$ dan $(4 - dl)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.6.3 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Peneliti menggunakan Analisis Jalur dalam penelitian ini yang merupakan analisis yang menggunakan korelasi dan regresi sehingga dapat diketahui untuk sampai pada variabel dependen terakhir harus lewat jalur langsung atau melalui variabel intervening (Sugiyono, 2017:46). Penerapan model yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = b_{yx1}X_1 + b_{yx2}X_2 + b_{yx3}X_3 + b_{yz}Z + e_1$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

X₁ : Koefisien regresi Faktor Sosial

X₂ : Koefisien regresi Faktor Pribadi

X₃ : Koefisien regresi Faktor

Psikologis

b_{x1, x2, x3, z, y} : Koefisien Jalur

e_{1,2} : error



3.6.4 Uji Hipotesis

Dalam menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji signifikansi simultan (Uji statistik F), koefisien determinasi (R^2), dan uji signifikansi parameter individual (Uji statistik t).

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tujuan peneliti menggunakan uji model (Uji F) ini agar dapat mengetahui apakah model regresi yang digunakan fit atau tidak fit. Berikut adalah langkah – langkah uji signifikansi simultan :

a. Merumuskan hipotesis statistik

H_0 : Model yang ada merupakan model yang tidak fit

H_1 : Model yang ada merupakan model yang fit

b. Menentukan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha : 0,05$)

c. Menentukan kriteria penolakan dan penerimaan H_0

H_0 diterima jika nilai signifikan $\geq 0,05$ yang makna nya tidak ada pengaruh dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen (model regresi tidak fit)

H_0 ditolak jika nilai signifikan $< 0,05$ yang makna nya salah satu variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (model regresi fit).

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi pada penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap naik turunnya variasi nilai variabel independen. Nilai koefisien determinasi diantara 0 dan 1. Apabila nilai R^2 mendekati 0 (rendah) maka kemampuan variabel independen nya terbatas dalam menjelaskan variabel dependen nya. Sedangkan, apabila nilai R^2 mendekati 1 (tinggi) itu berarti semakin regresi tersebut dan variabel independen memiliki hubungan yang tinggi pula terhadap variabel dependen nya.

3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Menurut Ghozali (2006:98) menyatakan bahwa uji signifikansi parameter individual menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual menerangkan variabel dependen. Langkah – langkah dalam melakukan

uji t adalah sebagai berikut :

a. Merumuskan hipotesis statistik

H_{01} : Faktor Sosial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

H_a : Faktor Sosial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

H_{02} : Faktor Pribadi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

H_{a2} : Faktor Pribadi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

H_{03} : Faktor Psikologis tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

H_{a3} : Faktor Psikologis berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

b. Menentukan tingkat signifikansi α sebesar 5%

c. Menentukan kriteria penolakan atau penerimaan H_0

Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis (H_0) diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini disimpulkan secara parsial variabel independen tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka hipotesis (H_0) ditolak (koefisien regresi signifikan). Hal ini dapat disimpulkan secara parsial variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.7 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini diukur dari variabel faktor social (X_1) faktor pribadi (X_2), faktor psikologis (X_3), dan keputusan pembelian (Y). Variabel diukur dengan skala likert. Berikut tabel pengukuran variabel dan indikator dalam penelitian ini :

Tabel 5. Tabel pengukuran

| No | Variabel | Indikator | Keterangan | Skala |
|----|-------------------------------------|--|--|--|
| 1. | Faktor Sosial (X ₁) | 1. Mengikuti Lingkungan 2. Pengalaman dari Anggota Keluarga 3. Mengikuti Teman | Pembagian kelompok masyarakat yang relatif permanen dan relatif teratur dimana anggota - anggota memiliki nilai, minat dan perilaku yang serupa | 4 = Sangat Setuju 3 = Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat Tidak Setuju |
| 2. | Faktor Pribadi (X ₂) | 4. Usia dan Tahap 5. Pekerjaan 6. Keadaan Ekonomi 7. Gaya Hidup 8. Kepribadian | Karakteristik pribadi menjadi faktor penentu dalam pembelian, sejumlah karakteristik pribadi seperti usia, tahap siklus hidup, pekerjaan dan kemampuan ekonomi | 4 = Sangat Setuju 3 = Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat Tidak Setuju |
| 3. | Faktor Psikologis (X ₃) | 9. Motivasi 10. Persepsi 11. Pembelajaran 12. Keyakinan dan Sikap | Karakteristik psikologis merujuk ke sifat - sifat diri dan hakiki konsumen perorangan | 4 = Sangat Setuju 3 = Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat Tidak Setuju |

| | | | | |
|---|-------------------------|--|--|--|
| 4 | Keputusan Pembelian (Y) | 13. Pengenalan Kebutuhan 14. Pencarian Informasi 15. Penilaian Alternatif 16. Keputusan Pembelian 17. Perilaku setelah Pembelian | Tindakan Konsumen atau tidak terhadap produk | 4 = Sangat Setuju 3 = Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat Tidak Setuju |
|---|-------------------------|--|--|--|

Sumber : *Data primer diolah, 2022*

