

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif yang dimana merupakan penelitian dengan sistem pendekatan deskriptif melalui metode survei dan kuisioner sebagai alat untuk mengumpulkan 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).

3.2 Lokasi / Objek Dan Waktu Penelitian

3.2.1 . Lokasi

Menurut Darmadi (2011), lokasi penelitian adalah tempat dimana proses studi yang digunakan untuk memperoleh pemecahan masalah penelitian berlangsung. Menurut Sujarweni (2014), Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian itu dilakukan. Lokasi penelitian ini berada di Jl. Balai Desa, Cangkring Kulon, Cangkringturi, Kec. Prambon, Kab. Sidoarjo, Jawa Timur 61624.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang penulis lakukan berlangsung selama kurang lebih 4 Bulan yaitu pada bulan Juni-September 2023.

3.3 Populasi, Sampel Dan Sampling

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai

kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini, peneliti menetapkan Masyarakat Prambon dengan Usia minimal 18 tahun. Penetapan ini didasarkan pada orang yang sudah melakukan pembelian maupun belum melakukan pembelian di Konter H2CELL.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Menurut Sugiyono (2019), sampel yang layak untuk penelitian berkisar antara 30 sampai 500 responden. Penelitian ini tidak menggunakan seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan hanya sebagian dari populasi saja.

Penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode (Lemeshow, 1997), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{z^2 p(1-p)}{d^2} \\
 &= \frac{1,960^2 0,5(1-0,5)}{0,01^2} \\
 &= \frac{3,8416(0,25)}{0,01^2} \\
 &= 96,04 \\
 &= 96
 \end{aligned}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Maka dalam perhitungan rumus di atas diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari (Lemeshow, 1997), ini dikarenakan populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

3.3.3 Sampling

Teknik sampling adalah teknik yang digunakan dalam menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2019). Teknik sampling pada penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan menggunakan metode *Sampling Aksidental*, metode ini digunakan karena peneliti tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi, sehingga penentuan sampel didasarkan pada kecocokan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti. Dimana karakteristik tersebut berupa kesediaan sampel untuk mengulas secara singkat mengenai akun Instagram dari objek penelitian.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Devinsi Operasional	Indikator	Sumber
1.	Minat Beli (Y)	Minat beli adalah kuatnya keinginan membeli atau tertarik ingin melakukan pembelian di Konter H2CELL.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan untuk segera membeli 2. Keinginan mencari tau 3. Minat preferensial 4. Minat referensial 	Hairudin & Alie, (2020)

No	Variabel	Devinsi Operasional	Indikator	Sumber
2.	Lokasi (X1)	Lokasi adalah kesetrategisanya Konter H2CELL beroperasi dan melakukan kegiatan.	<p>1. Akses (lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau)</p> <p>2. Visibilitas (lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal)</p> <p>3. Lalu lintas (Menyangkut dua pertimbangan yaitu banyaknya orang berlalu lalang dan kepadatan lalu lintas)</p> <p>4. Lingkungan (keadaan lingkungan merupakan titik pemasangan iklan meliputi, kebersihan, kenyamanan, dan keamanan lingkungan)</p> <p>5. Kriteria (titik lokasi merupakan titik yang pas, strategis)</p>	Rondoyu, Kelles, & Temengkel, (2016)
3.	Harga (X2)	Harga adalah kewajaran suatu nilai barang yang didasarkan kesepakatan oleh pembeli dan penjual.	<p>1. Keterjangkauan harga</p> <p>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p> <p>3. Kesesuaian harga dengan manfaat</p> <p>4. Harga sesuai</p>	Sulistiyari, (2012)

No	Variabel	Devinsi Operasional	Indikator	Sumber
			kemampuan atau daya saing harga	
4.	Kualitas pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan adalah kemampuan Konter H2CELL dalam memberikan pelayanan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen	<p>1. <i>Reliability</i> (Keandalan) meliputi kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (<i>accurately</i>) dan kemampuan untuk dipercaya (<i>dependably</i>). (Ketanggapan)</p> <p>2. <i>Assurance</i> (Jaminan) Kualitas pelayanan yang ditunjukkan dari aspek jaminan yang diberikan pegawai kepada mahasiswa sudah baik.</p> <p>3. <i>Empathy</i> (Perhatian) perhatian lebih yang harus diberikan, keseriusan, simpatik terhadap kebutuhan pelanggan</p> <p>4. <i>Tangible</i> (Bukti fisik) merupakan fasilitas fisik yang harus ada dalam proses pelayanan yang ditunjukkan oleh pihak pemberi dalam berbagai bentuk.</p>	Hairudin & Alie, (2020)

No	Variabel	Devinsi Operasional	Indikator	Sumber
			5. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) Adanya kejelasan yang bijaksana, mendetail, dan mengarahkan. (Parasuraman dkk, 1988)	

3.5 Pengembangan Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuisioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2014), menyatakan bahwa Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Menurut Sugiyono (2006), Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur kejadian (variabel penelitian) alam maupun sosial yang diamati. Menurut Sanjaya (2011), Instrumen penelitian adalah alat yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi penelitian.

Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2016), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuisioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Jawaban Atas Pertanyaan Responden	Skor
SS = Sangat Setuju	5
ST = Setuju	4
N = Netral	3
TS = Tidak Setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2016)

3.6 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, data ini didapatkan dari penyebaran kuisisioner kepada pelanggan Konter H2CELL maupun orang yang belum melakukan pembelian. Menurut Husein Umar (2013) data primer adalah “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan instrumen penelitian berupa kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan responden sebuah pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2019).

Cara yang digunakan dalam pembagian kuesioner nantinya dengan membagikan tautan form pertanyaan yang berisi instrumen penelitian kepada 100 responden. Penyebaran kuesioner akan dilakukan dalam dua tahap. Dimana tahap kedua berguna sebagai langkah cadangan apabila dalam proses penyebaran kuesioner di tahap pertama belum mencapai angka responden yang telah ditentukan.

3.8 Pengujian Instrumen

Agar data yang diperoleh pada penelitian ini konsisten dan memiliki tingkat keakuratan yang tinggi, maka instrumen yang akan digunakan dalam penelitian harus melalui serangkaian uji, yaitu uji validitas dan reliabilitas

1. Validitas

Uji ini untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam sebuah penelitian memenuhi syarat validitas (Ghozali, 2012). 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 r_{hitung} lebih dari sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka instrumen dinyatakan valid.

2. Reliabilitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam sebuah penelitian memenuhi syarat reliabel atau konsisten (Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS, 2012). Sebuah instrumen penelitian dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$.

3.9 Hasil Uji Instrumen

Dalam hal ini, peneliti melakukan penyebaran instrument penelitian kepada 30 responden terlebih dahulu, lalu dilanjutkan menyebarkan ke seluruh responden. Berikut rekapitulasi hasil uji instrument terhadap 30 responden

1. Hasil Uji Validitas

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	Nilai r	Sig	R table	Hasil
Y1.1	0.824	0.05	0.361	Valid
Y1.2	0.854	0.05	0.361	Valid
Y1.3	0.825	0.05	0.361	Valid
Y1.4	0.676	0.05	0.361	Valid

Item Pernyataan	Nilai r	Sig	R table	Hasil
X1.1	0.852	0.05	0.361	Valid
X1.2	0.877	0.05	0.361	Valid
X1.3	0.804	0.05	0.361	Valid
X1.4	0.905	0.05	0.361	Valid
X1.5	0.633	0.05	0.361	Valid
X2.1	0.847	0.05	0.361	Valid
X2.2	0.894	0.05	0.361	Valid
X2.3	0.862	0.05	0.361	Valid
X2.4	0.856	0.05	0.361	Valid
X3.1	0.849	0.05	0.361	Valid
X3.2	0.856	0.05	0.361	Valid
X3.3	0.905	0.05	0.361	Valid
X3.4	0.786	0.05	0.361	Valid
X3.5	0.817	0.05	0.361	Valid

Sumber : Olah data SPSS 23

Berdasarkan instrumen penelitian ada 18 item yang digunakan sebagai instrumen penelitian dengan pembagian 4 item mewakili Variabel keputusan pembelian 4 (Y), 5 item mewakili Variabel Promosi sosial media (X_1), 4 item mewakili variabel lokasi (X_2) dan 5 item mewakili variabel kualitas pelayanan (X_3). Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 3.3 dapat disimpulkan bahwa seluruh item yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat dan dinyatakan Valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Minat Beli	0.808	0.6	Reliabel
Lokasi	0.872	0.6	Reliabel
Harga	0.887	0.6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.896	0.6	Reliabel

Sumber : Olah data SPSS 23

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan menggunakan *SPSS 23*

diperoleh data sebagaimana yang terlampir pada Tabel 3.4 bahwasannya semua variabel yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar sama dengan 0,6 dimana dapat dinyatakan Reliabel.

Dari hasil pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa setiap instrumen yang digunakan dalam penelitian memenuhi syarat valid dan reliabel,

3.10 Metode 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 :

Rs = rentang skala

n = jumlah sampel

m = jumlah alternative jawaban

Dari rumus diatas maka didapatkan rentang skala sebagai berikut :

Jadi hasil yang diperoleh dari rentang skala adalah 80

1. Skor Minimum : (Bobot Terendah x Jumlah Sampel)

: 1 x 100 = 100

2. Skor Maksimum : (Bobot Tertinggi x Jumlah Sampel)

: 5 x 100 = 500

Tabel 3. 5 Rentang Skala

Skor	Lokasi	Harga	Kualitas Pelayanan	Minat Beli
100 – 179	Sangat tidak strategis	Sangat tidak wajar	Sangat tidak baik	Sangat rendah
180 – 259	Tidak strategis	Tidak wajar	Tidak baik	Rendah
260 – 339	Cukup strategis	Cukup wajar	Cukup baik	Cukup
340 – 419	Strategis	Wajar	baik	Tinggi
420 – 500	Sangat strategis	Sangat wajar	Sangat baik	Sangat Tinggi

1. 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 Promosi sosial Media (X_1), Lokasi (X_2) dan Kualitas pelayanan (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda menggunakan alat bantu *SPSS 23 for Windows*.

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

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan :

Y = Variabel Minat beli

a = Parameter Konstanta

b = Parameter Koefisien Regresi

- x_1 = Variabel Lokasi
 x_2 = Variabel Harga
 x_3 = Variabel Kualitas pelayanan

2. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda. Uji asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik dengan Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov adalah :

- Jika signifikansi $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- Jika signifikansi $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya yaitu variance inflation factor (VIF). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah jika nilai tolerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 dapat dikatakan dalam data tersebut terdapat multikolinieritas (Ghozali, 2018).

3.11 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melakukan uji Uji T.

a. Uji T

Uji statistik t digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Pengujian menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian uji T sebagai berikut :

- Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Adapun rumus yang digunakan untuk uji T dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$T \text{ hitung} = \frac{b}{sb}$$

Keterangan :

b = Koefisien regresi

sb = Standar error