

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *explanatory research*. Penelitian eksplanatori adalah sebuah studi yang menunjukkan tingkat antara satu variabel dan variabel studi lainnya (Sugiyono, 2018). Jenis penelitian ini bertujuan untuk menemukan penjelasan tentang mengapa dan bagaimana suatu hubungan berpengaruh ataupun terjadi satu sama lain. Penelitian ini menekankan pada penelitian dan eksplorasi dari suatu variabel yang belum banyak informasi yang tersedia, antara variabel promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Cafe Tanian Kabupaten Sumenep.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian dilakukan pada Cafe Tanean Kabupaten Sumenep Madura. Alasan pemilihan lokasi tersebut yaitu dengan pertimbangan terkait dengan permasalahan yang terjadi di Cafe Tanean yaitu terjadinya penurunan jumlah pelanggan yang mengindikasikan terjadinya permasalahan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen, dimana dalam penelitian ini fokus pada promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel digunakan sebagai alat untuk mempermudah dalam melakukan observasi terhadap objek penelitian. Penelitian ini menjelaskan Promosi (X1), Kualitas produk (X2), dan Kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah pilihan untuk membeli atau tidak sebuah produk di Cafe Tanean.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Kecepatan dalam membeli sebuah produk 4. Tidak banyak pertimbangan dalam membeli produk 	Kotler (2015)
Promosi (X1)	Jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen pada Cafe Tanean.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi promosi 2. Kualitas promosi 3. Kuantitas promosi 4. Waktu promosi 5. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi 	Meilaty dan Finthariasari (2020)
Kualitas Produk (X2)	Suatu sifat dan ciri khas yang dapat menjamin kebutuhan konsumen pada produk Cafe Tanean.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Fitur 3. Reliabilitas 4. Konformasi 5. Daya Tahan Produk 6. Kualitas yang dipersepsikan 7. Kesesuaian Produk 8. Keindahan 	Amo Sugiharto dan Mohamad Fajar Darmawan (2021)
Kualitas Pelayanan (X3)	segala bentuk penyelenggaraan pelayanan yang diberikan secara maksimal oleh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan (<i>reliability</i>). 2. Koresponsifan (<i>responsiviness</i>). 3. Empati (<i>emphaty</i>). 	Albina Anim <i>et al.</i> , (2020)

	perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan Cafe Tanean.	4. Berwujud (<i>tangible</i>). 5. Jaminan (<i>Assurance</i>)	
--	--	---	--

Sumber : Olahan Peneliti (2022)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah subyek atau obyek dari suatu wilayah generalisasi yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat ditarik kesimpulannya (Sugiono 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di Café Tanean Kabupaten Sumenep.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik. Sampel merupakan anggota dari populasi yang telah dipilih dan ditentukan jumlahnya (Sugiono 2017). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 konsumen yang membeli di Café Tanean Kabupaten Sumenep. Apabila populasi terlalu besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat mengambil sampel dari populasi tersebut, dan harus betul-betul bisa mewakili atau representatif." Penentuan jumlah sampel berdasarkan pendapat Sugiyono, (2018) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Sedangkan menurut Fraenkel dan Wallen dalam Widayat (2004) mengatakan bahwa: Besarnya sampel minimum untuk penelitian yang bersifat deskriptif yaitu sebanyak 100 sampel.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dapat disebut juga teknik sampling yang bertujuan mengambil sampel yang akan digunakan pada penelitian, dalam pengambilan sampel peneliti tidak harus mempelajari semua yang terdapat pada populasi walaupun populasi yang ada berjumlah besar dan teknik sampling sangat beragam. Terdapat dua teknik sampling yang terdiri dari *non-probability* sampling dan *probability* sampling.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu teknik dimana subyek dipilih karena aksesibilitas nyaman dan kedekatan mereka kepada peneliti. Pengambilan sampel didasarkan pada kenyataan bahwa mereka yang kebetulan muncul. Menurut Sugiyono (2018), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik *accidental sampling* yang digunakan ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian. Pengambilan sampel dilakukan dengan memperhatikan sejumlah kriteria.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau proses untuk mengumpulkan data yang sesuai dengan subjek penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian dapat dilakukan dengan cara berikut penyebaran

Angket atau Kuesioner. Kuisisioner adalah Pengumpulan data dilakukan secara tidak langsung, alat atau instrumen penelitiannya berisi pertanyaan atau pernyataan yang harus di jawab oleh responden disebut kuisisioner (Sudaryono 2014). Peneliti dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner yang dibagikan secara langsung kepada konsumen café Tanean sebagai alat pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian.

F. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah tolak ukur atau kesepakatan yang digunakan untuk menentukan interval dari alat ukur sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif. Penggunaan skala pada penelitian dapat membantu peneliti untuk mendapatkan dan mengolah data, skala pada penelitian terdiri dari skala *semantic deferential*, skala guttman, skala penilaian dan skala likert. Pada penelitian ini menggunakan skala likert, karena memberikan kemudahan responden untuk menjawab atau menyikapi pertanyaan. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur gejala sosial yang mencakup sikap, pendapat dan persepsi (Sudaryono 2014). Gejala sosial yang dimaksud berupa kejadian yang ada disekitar dan dapat mempengaruhi penelitian. Jawaban yang diberikan atau disajikan berupa sangat baik, baik, cukup dan tidak baik.

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

No	Simbol	Keterangan	Bobot/Skor
1	STS	Sangat Tidak Setuju	1
2	TS	Tidak Setuju	2
3	N	Netral	3
4	S	Setuju	4
5	SS	Sangat Setuju	5

G. Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji validitas

Validitas adalah taraf dari sebuah alat ukur atau instrumen layak untuk digunakan atau sudah valid. Valid dapat diartikan sebagai instrumen atau alat ukur yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur apa yang hendak diukur. (Sugiono 2017). Uji validitas merupakan pengujian terhadap alat ukur atau instrumen yang akan digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukuran validitas dapat dilakukan dengan melakukan teknik korelasi antara data dan butir pertanyaan dengan skor total. Metode yang digunakan berupa metode analisi *reliability and scale validity*. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan membandingkan probabilitas nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan kriteria:

$r_{hitung} > r_{tabel}$: valid
 $r_{hitung} < r_{tabel}$: tidak valid

2. Uji realibilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui apakah data yang diukur memiliki hasil yang sama atau konsisten. Pada penelitian ini menggunakan pengujian reliabilitas Test-retest. Untuk melakukan uji reliabilitas instrumen menggunakan persamaan

Instrumen dikatakan reliabel jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} . Instrumen dikatakan tidak reliabel jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} dengan table interpretasi r dengan ketentuan reliabel jika $r_{hitung} \geq 0,600$.

Kategori indeks reliabilitas ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3
Kategori Uji Reliabilitas

Koefisien	Kategori
0,80-1,00	Tinggi

0,60-0,80	Cukup
0,40-0,60	Agak rendah
0,20-0,40	Rendah
0,00-0,20	Sangat Rendah

Berdasarkan tabel 3.3 dijelaskan kategori koefisien dalam uji reliabilitas. Koefisien terdiri dari 0,20 – 0,80 yang memiliki kategori dari sangat rendah sampai kategori sangat tinggi. Koefisien 0,80-1,00 memiliki kategori tinggi. Koefisien 0,60-0,80 memiliki kategori cukup. Koefisien 0,40-0,60 memiliki kategori agak rendah. Koefisien 0,20-0,40 memiliki kategori rendah dan koefisien 0,00-0,20 memiliki katogori sangat rendah.

H. Teknik Analisis Data

1. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda merupakan metode penelitian yang meramalkan keadaan variabel dependen apabila dua variabel independent sebagai prediktor dimanipulasi. Analisi regresi linear berganda hanya bias dilakukan jika jumlah variabel dependennya minimal 2 (Sugiono 2017).

Menentukan nilai dari variabel independent pada sebuah penelitian dapat menggunakan rumus regresi linier berganda yaitu:

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

Keterangan :

- Y = Variabel Terikat yaitu Keputusan Pembelian
- a = Bilangan konstanta titik potong
- b = Koefisien Regresi
- X1 = Variabel Bebas 1 Promosi
- X2 = Variabel Bebas 2 Kualitas Produk
- X3 = Variabel Bebas 3 Kualitas Layanan
- e = Error

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji F

Uji F adalah bentuk analisis untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara Bersama-sama (Ghozali 2011). Rumus yang dapat digunakan untuk mengetahui nilai F yaitu:

$$(df1 = k, df2 = n - k - 1)$$

Penggunaan rumus 2.3 terdapat syarat dari pengambilan keputusan yaitu jika nilai F hitung $>$ F tabel maka H_0 diterima. Jika nilai F Hitung $<$ F table maka H_0 akan ditolak. Kesimpulan dari dua penjelasan tersebut yaitu jika H_0 diterima maka terdapat pengaruh secara Bersama antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Jika nilai H_0 tidak diterima maka tidak terdapat pengaruh secara Bersama antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.

b. Uji t

Uji t memiliki fungsi untuk mengetahui pengaruh parsial yang terjadi antara dua variabel yaitu variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Dilakukan pengujian membandingkan t hitung dan t tabel dengan tingkat signifikansi 5% (0,05) untuk mengetahui terdapat pengaruh atau tidak antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent* (Ghozali 2011). Rumus dari uji t yaitu:

$$df = n-k-1$$

- Jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 akan diterima. Dapat disimpulkan tidak ada pengaruh antara variabel *independent* terhadap keputusan pembelian.

- Jika $t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 akan diterima. Dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara variabel *independent* terhadap keputusan pembelian.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel dependent untuk menilai seberapa besar model regresi dapat digunakan (Ghozali 2011). Nilai dari koefisien determinasi memiliki rentan antara nol sampai dengan 1. Nilai dari *Ajusted R square* yang mendekati satu maka variabel *independent* hampir dapat memprediksi semua informasi dari variabel *dependent*. Jika nilai dari *Ajusted R Square* relatif kecil maka kemampuan dari variabel *independent* untuk menjelaskan atau mendapatkan informasi variabel *dependent* terbatas.



