

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi (*explanatory research*), menurut Singarimbun dan Effendi (2012), penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis.

Skala pengukuran menggunakan skala Bipolar Adjective, metode pengumpulan data dengan cara angket, serta studi literatur. Metode analisis data yang di gunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Data di olah menggunakan SPSS versi 22. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pada Rumah Makan Hanara Ramen Jombang.

#### **3.2 Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian ini di lakukan pada konsumen Hanara Ramen Jombang di Jl. Gubernur Suryo Gg. 7 Kec. Jombang, Kabupaten Jombang. Yang telah berdiri sejak tahun 2016 dengan ciri khas pada kedai ini adalah ramen berbagai varian. Sedangkan obyek yang di ambil dalam penelitian ini adalah pengaruh harga, kualitas makanan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

#### **3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

##### **a. Definisi Operasional**

##### **1. Variabel Independen**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

### 1) Persepsi Harga (X1)

Mengacu pada konsep dari Kotler (2009) harga dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kesesuaian manfaat produk yang diukur dengan menggunakan indikator Kotler (2008:345) yaitu :

#### 1. Keterjangkauan harga produk.

Kemampuan daya beli konsumen atas produk yang dibelinya.

#### 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Harga merupakan salah satu indikator dalam menentukan suatu kualitas barang itu sendiri. Tidak selalu harga yang mahal itu menunjukkan bahwa kualitas dari barang tersebut adalah bagus.

#### 3. Daya saing harga produk.

Kemampuan suatu produk untuk bersaing dengan produk sejenisnya dipasaran dengan harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan, meskipun harga yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan dengan produk sejenis.

#### 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.

Harga yang mahal tidak menjadi persoalan untuk suatu produk apabila berbanding lurus dengan manfaat yang dapat diperoleh dari membeli produk tersebut.

## 2) Kualitas makanan (X2)

Mengacu pada konsep dari Kotler dan Armstrong (2004) kualitas produk dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi konsumen tentang kemampuan kinerja produk Hanara Ramen dalam menjalankan fungsinya yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen yang diukur dengan menggunakan indikator (Essinger & Wylie, 2003) yaitu :

1. Kualitas dalam hal rasa, persepsi konsumen tentang cita rasa yang sesuai keinginan konsumen.
2. Kuantitas atau porsi masakan, persepsi konsumen tentang kuantitas diukur dengan porsi makanan yang sesuai dengan keinginan.
3. Variasi menu, persepsi konsumen mengenai variasi menu masakan yang disajikan dari bermacam – macam jenis masakan dan variasi jenis masakan yang beraneka ragam.
4. Cita rasa yang khas, persepsi konsumen tentang keunikan/kekhasan makanan
5. Higienitas, persepsi konsumen mengenai kebersihan dalam proses pengolahan dan penyajian
6. Inovasi, persepsi konsumen mengenai rasa-rasa baru yang ditawarkan membuat konsumen tidak bosan dengan produk yang monoton sehingga konsumen memiliki banyak pilihan

## 3) Lokasi (X3)

Mengacu pada konsep dari Tjiptono (2012), lokasi dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi pelanggan tentang lokasi Hanara Ramen yang diukur menggunakan indikator dari Tjiptono (2012) yaitu:

- a. Akses, kemudahan pelanggan menjangkau lokasi Hanara Ramen dengan beragam jenis alat transportasi
- b. Visibilitas, kemudahan pelanggan menemukan lokasi Hanara Ramen.
- c. Lalu lintas (*traffic*), kelancaran arus lalu lintas sehingga memudahkan pelanggan menuju Hanara Ramen.

## 2. Variabel Dependen ; Keputusan Pembelian (Y)

Mengacu pada konsep dari ( Kotler dan Keller, 2012) keputusan pembelian didefinisikan sebagai proses penentuan pilihan atas produk yang akan dibelinya sehingga akan mendorong seseorang untuk membeli makanan Hanara Ramen. keputusan pembelian diukur dengan menggunakan indikator yang dikembangkan oleh peneliti yaitu:

- a. Pemenuhan kebutuhan
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi Alternatif
- d. Keputusan pemilihan

Tabel 3.1

## Kisi- Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Harga (X1)	1. Keterjangkauan harga	Harga pada Hanara Ramen terjangkau
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Hanara Ramen memiliki harga yang sesuai dengan kualitas produk
	3. Daya saing harga	Harga Hanara Ramen lebih murah dibandingkan tempat lain
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk	Harga makanan pada Ramen Hanara sesuai dengan manfaat yang diberikan
Kualitas Makanan (X2)	1. Kualitas dalam hal rasa	Hanara Ramen memiliki cita rasa yang pas
	2. Kuantitas atau porsi masakan	Hanara Ramen memiliki porsi yang sesuai
	3. Cita rasa yang khas	Hanara Ramen memiliki rasa yang khas
	4. Higienitas	Hanara Ramen menjaga kebersihan dalam penyajian menu
	5. Inovasi	Hanara Ramen selalu melakukan inovasi melalui menu baru
Lokasi (X3)	1. Akses	Akses lokasi Hanara Ramen mudah dijangkau oleh konsumen
	2. Visibilitas	Lokasi Hanara Ramen mudah ditemui
	3. Lalu lintas ( <i>Traffic</i> )	Arus lalu lintas untuk menuju Ramen Hanara cukup lancar
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pemenuhan Kebutuhan	Kebutuhan saya dengan mie ramen terpenuhi di Hanara Ramen
	2. Pencarian Informasi	Mencari informasi lokasi Hanara Ramen dari media sosial
	3. Evaluasi Alternatif	Hanara Ramen menjadi pilihan yang terbaik diantara ramen lainnya
	4. Keputusan Pemilihan	Memutuskan membeli pada Hanara Ramen

### 3.4 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang atau pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila

digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2017). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diuji dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan-pertanyaan (Sugiyono, 2017). Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari tertinggi sampai terendah.

Skala likert menggunakan lima tingkatan jawaban yang dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

**Tabel 3. 1 Instumen Skala Likert**

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2013)

Pada penelitian responden diharapkan memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia, kemudian jawaban yang diberikan akan diberikan nilai tertentu (1,2,3,4, dan 5). Nilai yang diperoleh akan dijumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai total yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala likert.

### 3.5 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

menurut (Sugiyono, 2017) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu

yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Hanara Ramen yang berjumlah 100 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Melihat dari jumlah populasi, teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2017). Sehingga sampel yang digunakan berjumlah 100 responden.

### **3.6 Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.6.1 Jenis Data dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data interval berupa hasil jawaban responden terhadap pernyataan dalam angket dan data nominal yang berisi tentang karakteristik responden yang mencakup nama responden, jenis kelamin dan pekerjaan responden yang bersumber dari data primer dan melalui data sekunder berupa studi kepustakaan melalui buku, jurnal, artikel dan internet yang bertema harga, kualitas makanan, lokasi dan keputusan pembelian.

#### **3.6.2 Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan angket didalam proses pengumpulan data. angket yang disebarakan berupa pernyataan-pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala likert. Angket tersebut berisikan tentang data

responden secara demografis dan berisikan pernyataan yang sesuai dengan indikator variabel penelitian.

### 3.7 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.7.1. Uji Validitas

Umar (2011), validitas merupakan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur, pada penelitian ini peneliti menggunakan kuisioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuisioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul Item-Total Statistic. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari *Corrected item-Total Correlation*  $> 0,30$ . Sugiyono, (2012).

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 konsumen. Berikut hasil uji validitas item pernyataan:

Tabel 3.2  
Hasil Pengujian Validitas

No item	Variable	r hitung	r kritis	Keterangan
1	Harga (X1)	0.840	0,3	valid
2		0.345		
3		0.890		
4		0.890		
1	Kualitas Makanan (X2)	0.648	0,3	valid
2		0.733		
3		0.371		



4		0.553		
5		0.466		
6		0.469		
7		0.356		
1		0.762		
2	Lokasi (X3)	0.817	0,3	valid
3		0.618		
1	Keputusan Pembelian (Y)	0.521	0,3	valid
2		0.652		
3		0.583		
4		0.440		
5		0.371		

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 3.2 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $> 0,3$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Hasilnya ditunjukkan oleh sebuah indeks yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha* (Arikunto, 2010). Dengan rumus:

$$r_{ac} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{ac}$  = koefisien reliabilitas alpha cronbach

$k$  = banyak butir/item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah/total varians per-butir/item pertanyaan

$\sigma_t^2$  = jumlah atau total varians

Dalam hal ini apabila nilai koefisien  $\alpha > 0,6$ , maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel. Jika apabila nilai koefisien  $\alpha < 0,6$  maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut tidak reliabel. Proses pengujian dilakukan sebelum penelitian sebenarnya dilakukan.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3

#### Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien $\alpha$	Keterangan
Harga (X1)	0,864	0,6	Reliabel
Kualitas Makanan (X2)	0,786	0,6	Reliabel
Lokasi (X3)	0,856	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,748	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner

adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban angket responden dengan skala pengukuran menggunakan skala Likert dengan bobot tertinggi di tiap pernyataan adalah 5 dan bobot terendah adalah 1. penentuan range adalah sebagai berikut :

**Range : skor tertinggi – skor terendah**

**Range skor**

(Sudjana, 2012)

$$Range = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sehingga range adalah 0,8

Range Skor : 1 – 1,8	= Sangat Rendah
1,81– 2,6	= Rendah
2,61 – 3,4	= Cukup / Sedang
3,41 – 4,2	= Tinggi/Baik
4,21 – 5	= Sangat Tinggi/Sangat Baik

#### 3.8.2 Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2012) mengatakan bahwa analisis regresi berguna untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variable independen dimanipulasi (dirubah-rubah). Analisis regresi

berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga ( $X_1$ ), *Kualitas makanan* ( $X_2$ ) Lokasi ( $X_3$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Persamaan Regresi linier sederhana menggunakan rumus :

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

Keterangan :

$Y$  = Keputusan pembelian

$a$  = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi harga, *Kualitas makanan*, lokasi

$X_1$  = Harga

$X_2$  = *Kualitas makanan*

$X_3$  = lokasi

$\epsilon$  = standar error

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

#### 1 Uji Normalitas Data

Kenormalan data diperlukan dalam metode analisis regresi (Baroroh, 2013). Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data distribusi normal. Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan normal, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ( $P > 0,05$ ). Sebaliknya,

apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ( $P < 0,05$ ), maka data dikatakan tidak normal.

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- (a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- (b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas

Selain itu uji normalitas yang digunakan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan normal, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ( $P > 0,05$ ). Sebaliknya, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ( $P < 0,05$ ), maka data dikatakan tidak normal (Ghozali, 2011)

## 2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada dua atau lebih variable x yang memberikan informasi yang sama tentang variable Y kalau X1 dan X2 berkolinearitas, berarti kedua variabel cukup diwakili satu variable saja. Memakai keduanya merupakan inefisiensi. (Simamora, 2005)

Ada beberapa metode untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, diantaranya :

- 1) Dengan menggunakan antar variabel independen. Misalnya ada empat variabel yang diuji dikorelasikan, hasilnya korelasi antara X1

dan X2 sangat tinggi, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi multikolinearitas antara X1 dan X2.

2) Disamping itu untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat juga dilihat dari *Varian Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai tolerance value  $< 0,01$  atau VIF  $> 10$  maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila *tolerance value*  $> 0,01$  atau VIF  $< 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas. (Simamora, 2005)

### 3 Uji Autokorelasi

Istilah Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam mendeteksi ada atau tidak nya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-watson (DW test) dengan syarat  $du < DW$  (Ghozali, 2011).

#### 3.8.4. Uji hipotesis

Uji (t-test) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2015)

1. Membuat formulasi hipotesis
2. Menentukan level signifikansi yaitu 0,05 atau 5%
3. Mengambil keputusan
  - Jika  $t_{sig} < \alpha = 0,05$  , maka Hipotesis diterima
  - Jika  $t_{sig} > \alpha = 0,05$ , maka Hipotesis ditolak

### 3.8.5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Sugiyono (2017) mengenai koefisien determinasi yaitu merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar ragam naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X. Hasil dari analisis ini dinyatakan dalam presentasi batas-batas determinasi sebagai berikut :

$$0 < r^2 < 1$$

Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi, maka dapat dihitung dengan cara mengkuadratkan nilai koefisien korelasi ( $R^2$ )