

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan peneliti merupakan penelitian Kuantitatif metode Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Analisis dapat bersifat Kuantitatif atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono,2008;5)

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Perumahan Gresik Kota Baru, Jl Sumatra No. 4 Gresik 61121 Jawa Timur.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari Sugiyono, (2010:115). Populasi yang dimaksud penelitian ini adalah konsumen yang sedang dan makan di restoran cepat saji McDonald's GKB.

3.3.2. Sampel

Sugiyono (2010:81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan

sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *resperensif* (mewakili)

Dalam penelitian ini penarikan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling incidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang ditemui tersebut di pandang cocok sebagai sumber data sugiyono, (2013;124).

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen yang makan di restoran cepat saji McDonald's GKB.

3.4. Identifikasi Konsep dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1. Identifikasi Konsep

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008:58)

1. Variabel bebas / *Independent*

Variabel *Independent* (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Kualitas Produk (X1)

- b. Lokasi (X2)
 - c. Kualitas Layanan (X3)
2. Variabel terikat / Dependent

Variabel dependent (terikat) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian.

3.4.2. Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam “Analisis Strategi Kualitas Produk, Lokasi, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Mcdonald’s GKB” adalah:

1. Variabel Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk adalah menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayai produk tersebut, ketepatan (*precision*) produk, dari segi pandangan pemasaran kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu atau kualitas produk tersebut. Adapun indikator kualitas produk yaitu :

- a. Kualitas produk
 - b. Ciri atau keistimewaan produk
 - c. Keragaman ukuran produk.
2. Variabel Lokasi (X2)

Lokasi adalah tempat dimana suatu perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya. Dari situ disusun indikator-indikator yang terkait dalam penentuan lokasi perumahan. Adapun indikator dari variabel lokasi adalah :

- a. Akses lokasi
- b. Tempat parkir yang luas dan aman
- c. Lingkungan yang mendukung

3. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

kualitas pelayanan adalah suatu kualitas pelayanan yang bergantung pada tiga hal, yaitu system, teknologi dan manusia pada pelayanan di restaurant McDonald's (Irawan, 2009: 57). Adapun indikator pengukuran variabel kualitas pelayanan adalah:

- a. *Responsiveness* (Ketanggapan)
- b. *reliability* (keandalan)
- c. *emphaty* (empati)
- d. *assurance* (jaminan)
- e. *tangibles* (bukti langsung)

4. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian konsumen adalah saat dimana seorang pelanggan atau sekelompok pelangganyang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Bila seorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli atau tidak membeli dan kemudian dia memilih membeli, maka dia dalam posisi membuat suatu keputusan. Adapun indikator dari variable keputusan pembelian sebagai berikut:

- a. Pengenalan masalah
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternatif

3.4.3. Pengukuran Variabel

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Sugiyono (2013:134) dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

1. Responden akan mendapat nilai 5 apabila responden menjawab SS (Sangat Setuju)
2. Responden akan mendapat nilai 4 apabila responden menjawab S (Setuju)
3. Responden akan mendapat nilai 3 apabila responden menjawab N (Netral)
4. Responden akan mendapat nilai 2 apabila responden menjawab TS (Tidak Setuju)
5. Responden akan mendapat nilai 1 apabila responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju).

3.5. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi (Sugiyono, 2010:193) sumber data yang diambil dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Sumber data dari hasil penyebaran kuisioner berisi tentang kualitas produk, lokasi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di Restaurant McDonld's GKB.

3.6. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuisisioner (angket). Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab Sugiyono, (2008:99).

Data kuisisioner penelitian ini akan di sebarakan kepada pelanggan yang pernah makan di restaurant McDonald's GKB. Hal ini dilakukan bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban dari responden.

3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Sebelum digunakan dalam analisis selanjutnya, instrument dalam penelitian ini terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrument tersebut menggunakan SPSS (*Social Product of Social Science*).

3.7.1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total yang menggunakan korelasi *product moment*. Valid tidaknya suatu item, diketahui dengan membandingkan indeks koefisien korelasi *product moment* (r) dengan nilai hitung kritisnya, dimana r dapat diperoleh dengan rumus (Sugiyono, 2008;125) sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

N = Banyaknya variabel

X = Skor item x

Y = Skor item y

3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur suatu kestabilan dan konsentrasi skala pengukuran. Data yang diperoleh harus menunjukkan hasil yang stabil dan konsistensi bila dilakukan pengukuran kembali terhadap objek yang sama. Untuk mengetahui konsistensi dari data yang dilakukan dengan uji reliabilitas konsistensi internal (Sugiyono,2010;185).

Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan cara mencobakan instrument sekali saja, kemudian data yang diperoleh dari analisis dengan teknik tertentu, dalam hal ini teknik yang digunakan adalah teknik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variable dikatakan *reliable* jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$ (Ghozali, 2005;42).

3.7.3. Uji Asumsi Klasik

Persamaan regresi yang diperoleh dari analisis data harus menghasilkan estimator linear tidak terbatas atau bersifat BLUE (*Best Linear Unbias Estimator*) sehingga dalam pengambilan keputusan penentuan hipotesis dalam uji F dan uji t tidak terjadi bias. Untuk menghasilkan keputusan yang BLUE maka harus dipenuhi beberapa asumsi yaitu:

1. Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Kalau nilai residual tidak mengikuti distribusi normal, uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sample kecil (Ghazali, 2013:160).

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal, namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

2. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan, Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* (TOL) tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas (Ghozali, 2013;106).

3. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, atau disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas, tidak heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas ditandai dengan adanya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang), maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain itu, heteroskedastisitas dapat diketahui melalui uji *Glesjer*. Jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.8. Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat bilangan atau berupa angka-angka. Sumber data yang digunakan dari penelitian ini adalah penarikan data primer dengan menggunakan kuesioner. Data tersebut dikuantitatifkan dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban responden Sugiyono (2010:86).

3.8.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh variabel bebas (kualitas produk, lokasi dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Oleh karena itu digunakan Analisis Regresi Linier Berganda.

Model regresi digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b₁-b₃: Koefisien Regresi

X₁ : kualitas produk

X₂ : lokasi

X₃ : kualitas pelayanan

e : eror

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan secara parsial (t) dan secara simultan (F).

Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H₀ ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H₀ diterima. Uji t hitung bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh

variabel bebas X terhadap variable terikat Y (Ghozali, 2007;77). Uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu

3.9. Uji Hipotesis

Untuk menguji suatu hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti, maka dilakukan uji statistik, yaitu:

3.9.1. Uji t (parsial)

Pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial dilakukan dengan uji t. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : \beta_i = 0$; (Faktor - faktor yang terdiri dari kualitas produk, lokasi dan kualitas pelayanan, tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada restaurant McDonald's GKB).

$H_a : \beta_i \neq 0$; (Faktor - faktor yang terdiri dari kualitas produk, lokasi dan kualitas pelayanan, berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada restaurant McDonald's GKB).

2. Menentukan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05

3. Membandingkan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 dengan tingkat signifikansi t yang diketahui secara langsung dengan menggunakan program *SPSS* dengan kriteria berikut:

4. Nilai signifikan $t > 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.

5. Nilai signifikan $t < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.