

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian yang berhubungan dengan angka-angka, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya untuk mengetahui hasil dari pengaruh kualitas pelayanan, inovasi produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen.

3.2 Lokasi Penelitian

Dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan untuk membahas permasalahan maka, objek penelitian yang dipilih guna melengkapi penyelesaian dalam penelitian ini adalah jank-jank wings gresik, yang berada di JL. Jawa Kav. 216D GKB, Gresik 61151.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Wiratna (2015;80) populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sesuai dengan

uraian tersebut, maka populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang datang atau berkunjung di rumah makan Jank-Jank Wings Gresik.

3.3.2 Sampel

Wiratna (2015;81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi dalam penelitian berjumlah besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misalnya dikarenakan terbatasnya dana, tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan menggunakan *simple random sampling* adalah pengambilan secara acak dimana masing-masing anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Pardede (2014;10).

3.4 Jenis Dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuisioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber (Wiratna,2015;89). Data yang diperoleh dari data primer harus diolah kembali. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui daftar pertanyaan

kuisisioner yang diberikan kepada konsumen yang mengunjungi rumah makan Jank-Jank Wings Gresik.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari Jank-Jank Wings Gresik sebagai tempat rumah makan dan dari konsumen yang berkunjung serta berpartisipasi dalam mengisi kuisisioner yang telah dilakukan oleh peneliti berisi tentang pengaruh kualitas pelayanan, inovasi produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada Jank-Jank Wings Gresik.

3.5. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data menggunakan metode angket (kuisisioner) dan studi dokumentasi. Teknik pengambilan data penelitian ini dengan metode angket (kuisisioner) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab (Wiratna, 2015;94) kuisisioner dalam penelitian ini dibuat dalam bentuk pilihan ganda yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti dan diberikan responden Jank-Jank Wings Gresik.

3.6. Identifikasi Dan Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Identifikasi Variabel

Sesuai dengan hipotesis, maka variabel yang ada dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas variabel independent dengan simbol X, kualitas pelayanan (X_1), inovasi produk (X_2) dan lokasi (X_3)

2. Variabel terikat atau variabel dependent dengan symbol Y, yaitu minat beli konsumen di Jank-Jank Wings Gresik (Y).

3.6.2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan tentang bagaimana suatu variabel dapat diukur menggunakan indikator-indikator yang dimiliki oleh setiap variabel. Berikut ini penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini beserta dengan indikator yang dapat digunakan sebagai pengukur, yaitu:

1. Kualitas pelayanan (X_1)

Menurut Tjiptono (2014;268) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Adapun indikator kualitas pelayanan sebagai berikut (Alvianti 2017;30) :

- a. Bukti fisik
- b. Keandalan
- c. Ketanggapan
- d. Jaminan dan kepastian

2. Inovasi produk (X_2)

Inovasi adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa baru. Secara sederhana, inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru. Beberapa indikator dari inovasi produk, yaitu:

- a. Perluasan lini yaitu produk yang dihasilkan perusahaan tidaklah benar-benar baru tetapi relatif baru untuk sebuah pasar.

- b. Produk baru yaitu produk baru bagi perusahaan tetapi tidak baru bagi pasar.
- c. Produk benar-benar baru yaitu produk yang termasuk baru baik bagi perusahaan maupun pasar.

2. Lokasi (X_3)

Pemilihan lokasi adalah sebuah keputusan yang sangat strategis, sekali lokasi dipilih, pemilik ritel harus menanggung semua konsekuensi dari pilihan tersebut Utami (2017;175). Adapun indikator dari lokasi antara lain :

- a. Arus lalu lintas
- b. Lingkungan yang aman.
- c. Mudah dijangkau.

3. Minat beli (Y)

Minat beli merupakan rasa ketertarikan yang dialami oleh konsumen terhadap suatu produk barang atau jasa yang dipengaruhi oleh sikap diluar konsumen dan di dalamnya konsumen itu sendiri (Ashari 2012;246). Berikut indikator minat beli menurut Ferdinand (2010;130):

- a. Keyakinan dalam membeli
- b. Merencanakan pembelian
- c. Sesuai dengan keinginannya

3.7. Teknik Pengukuran Data

Pengukuran variabel dilakukan dengan alat bantu angket (kuesioner) yang dimana responden diminta untuk memberikan jawaban pada salah satu jawaban yang ada di kuesioner, pengukuran kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang dibuat dalam bentuk tabel.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden, serta persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian sosial ini ditetapkan secara spesifik oleh peneliti dengan interval 1-4 alternatif jawaban. Menurut Arikunto (2010;194) adapun alternatif yang ditetapkan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Kategori dan Nilai Jawaban Responden

Jawaban	Kategori	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RG	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

3.8. Uji Instrumen

3.8.1. Uji Validitas

Menurut Gozali (2013;51) mengungkapkan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid

jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Data yang valid dapat ditunjukkan dengan adanya kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2013;53). r_{tabel} didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas menggunakan rumus sebagai berikut:

$$df = n - 2$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

2 = two tail test

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur tersebut dipercaya. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan cara *car one shot* atau pengukuran sekali saja dengan kriteria bahwa variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,70$ (Ghozali, 2011;16).

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Multikolinieritas

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

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dengan menggunakan dasar pengambilan minat beli, jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* (TOL) tidak kurang dari 0,1, maka dapat dikatakan terbatas dari multikolinieritas (Ghazali, 2013,106).

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji glejser merupakan salah satu cara yang digunakan untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas. Uji glejser ini meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2013:142) dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_t$$

Apabila variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Absolut U_t (Abs U_t), maka akan terjadi heteroskedastisitas. Tidak akan ada indikasi terjadi heteroskedastisitas apabila probabilitas tingkat signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05.

3.9.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dengan grafik masih bisa terjadi kesalahan apabila tidak berhati-hati karena secara visual data akan kelihatan normal, padahal secara statistik tidak normal. Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas yaitu uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut :

H₀ : Data residual berdistribusi normal

H_A : Data residual tidak berdistribusi normal

Data residual berdistribusi normal atau H₀ diterima apabila nilai signifikans diatas 0,05. Dan data residual dikatakan tidak normal apabila nilai signifikannya dibawah 0,05.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan anatara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali,2009;96). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel indpenden (kualitas pelayanan, inovasi produk dan lokasi) terhadap variabel dependen (minat beli). Rumus matematis dari regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan :

Y : Variabel Terikat (Minat Beli)

a : Konstanta

b_1 : Koefisien Variabel Kualitas Pelayanan

b_2 : Koefisien Variabel Inovasi Produk

b_3 : Koefisien Variabel Lokasi

x_1 : Kualitas Pelayanan

x_2 : Inovasi Produk

x_3 : Lokasi

e : *Standard Error*/Variabel Pengganggu

3.10.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2013;97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

3.10.3 Uji Hipotesis

3.10.3.1 Uji t

Uji ini dilakukan untuk menguji signifikansi hubungan variabel bebas (independen) secara individual terhadap variabel terikat (dependen). Variabel bebas x dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, inovasi produk dan lokasi, sedangkan variabel terikat Y dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen yang

dilakukan oleh konsumen Jank-Jank Wings Gresik. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap yaitu:

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ artinya variabel kualitas pelayanan (X_1), inovasi produk (X_2) dan lokasi (X_3) secara simultan tidak ada pengaruh terhadap minat beli (Y).

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ artinya variabel kualitas pelayanan (X_1), inovasi produk (X_2) dan lokasi (X_3) secara simultan ada pengaruh terhadap minat beli (Y).

Menentukan kriteria minat beli

1. Apakah nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X_1), inovasi produk (X_2), lokasi (X_3), terhadap minat beli konsumen (Y).
2. Apabila nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X_1), inovasi produk (X_2), lokasi (X_3) terhadap minat beli (Y)

3.10.3.2. uji F

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan, inovasi produk dan lokasi) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (minat beli). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap yaitu :

a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ artinya variabel kualitas pelayanan (X_1), inovasi produk (X_2) dan lokasi (X_3) secara simultan tidak ada pengaruh terhadap minat beli (Y).

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ artinya variabel kualitas pelayanan (X_1), inovasi produk (X_2) dan lokasi (X_3) secara simultan ada pengaruh terhadap minat beli (Y).

b. Menentukan kriteria pengambilan keputusan

1. Apabila nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan ada pengaruh nyata kualitas pelayanan (X_1), inovasi produk (X_2) dan lokasi (X_3) terhadap minat beli (Y).
2. Apabila nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara simultan tidak ada pengaruh nyata antara kualitas pelayanan (X_1), inovasi produk (X_2) dan lokasi (X_3) terhadap minat beli (Y).