

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang identik dengan pendekatan deduktif, yaitu berawal dari persoalan umum ke hal khusus sehingga peneliti harus ada landasan teorinya (Asnawi dan Masyhuri, 2011:20).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di restoran Ichi Sushi jl. Kalimantan, Yosowilangun, Kec. Manyar, Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012;115), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang ada di Ichi Shusi.

3.3.2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2012:116) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini mengambil

sampel konsumen yang pernah berkunjung dan membeli produk di ichi sushi. Karena ukuran populasi tidak teridentifikasi, maka untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat di gunakan rumus menurut Rao Purba dalam Kharis (2011;50) yaitu:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$= 96,4 \text{ dibulatkan } 96$$

Berdasarkan rumus diatas dapat diambil sampel minimum dari populasi yang banyak sebesar 96 orang responden.

N = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penelitian (95 % = 1,96)

Moe = *Margin of error max*, adalah tingkat kesalahan maksimal pengembalian sampel yang masih dapat di toleransi sebesar 10 %.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling*, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel dan cocok sebagai sumber data. (Sugiyono, 2015;124).

3.4 Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013;38). Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Dependen.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian.

2. Variabel Independen

Variabel ini memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2013;39). Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas produk
2. Kualitas pelayanan
3. Lokasi
4. Inovasi produk

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penentuan variabel atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur (Sugiyono 2012;31). Definisi operasional menerangkan suatu cara tertentu yang digunakan untuk meneliti atau mengoperasikan variabel. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 3.1
Definisi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator variabel
Kualitas produk (X ₁)	Sebagai penilaian konsumen mengenai baik buruknya kualitas suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Makanannya segar. 2. Makanannya menarik. 3. Makanannya tahan lama. 4. Makanannya higienis. 5. Rasanya enak.
Kualitas pelayanan (X ₂)	Suatu kondisi dimana produk mampu memenuhi kebutuhan orang yang menggunakannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanannya baik. 2. Tanggap melayani konsumen. 3. Karyawannya ramah. 4. Cepat melayani pesanan. 5. Merespon keluhan pelanggan
Lokasi (X ₃)	Suatu tata letak sebuah usaha untuk menjual produknya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat parkir luas. 2. Lokasi mudah dijangkau. 3. Tempatnya nyaman. 4. Situasi restoran aman. 5. Dekat dengan pusat keramaian
Inovasi produk (X ₄)	Suatu gagasan pada sebuah perusahaan menciptakan produk – produk yang inovatif.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan menu baru. 2. Memperbarui menu yang lama. 3. Menu Mengikuti pasar/trend. 4. Tambahan pada menu.
Keputusan pembelian (Y)	suatu proses dimana seseorang konsumen mengenal suatu kebutuhan dengan mencari informasi tentang barang produk atau jasa yang dibutuhkan untuk membuat suatu keputusan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan membeli sebuah produk. 2. Informasi untuk sampai ke pemilihan produk. 3. Kemantapan pada sebuah produk. 4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. 5. Melakukan pembelian ulang.

3.6 Sumber dan Jenis Data

3.6.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang dilakukan di lapangan, dengan kata lain data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli atau pertama, tidak tersedia dalam bentuk file-file, data harus dicari melalui narasumber atau responden. Data primer penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi secara langsung oleh konsumen yang membeli dan berkunjung di ichi sushi cabang Gresik.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

3.7.1 Kuisoner

Teknik pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono,2015;199). Kuesioner ini digunakan untuk mengetahui data tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan inovasi restoran Ichi Sushi, dan pada akhirnya digunakan untuk mengetahui keputusan pembelian restoran Ichi Sushi. Dalam penelitian ini jawaban yang diberikan oleh responden kemudian diberi skor dengan mengacu pada *Skala likert*.

Tabel 3.2
Skala Likert

Jawaban	Skor atau nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu -ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur (kuisisioner) itu dapat mengukur apa yang diukur. Suatu data yang valid harus mengandung unsur kecermatan dan ketepatan, cermat yaitu mengenai sasaran dan tepat yaitu mampu membedakan aspek sampai sekecil- kecilnya. Selain itu alat ukur dikatakan valid apabila memiliki kemampuan untuk menyadap aspek-aspek yang hendak diukur.

Penelitian ini untuk uji validitas menggunakan teknik korelasi *product moment*. Rumus korelasinya menurut Sugiyono (2015;255) sebagai berikut:

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

Dengan pengertian;

- R = Koefisien korelasi antara x dan y r_{xy}
- N = Banyaknya variabel
- X = Skor item x
- Y = Skor item y
- $\sum X$ = Jumlah skor items
- $\sum Y$ = Jumlah skor total
- $\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat skor item
- $\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat Skor total

Perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS. Untuk menentukan kesahihan (r_{hitung}) harus dibandingkan dengan angka kritis tabel korelasi *product moment* (r_{tabel}) pada taraf 5%. Bila angka korelasi yang diperoleh berada di bawah angka kritis berarti tersebut tidak sah.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kestabilan dan kosentrasi 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,2015;185). Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsistensi atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dinyatakan handal jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0.70.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*.

Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,05$ (Ghozali, 2011;160-165).

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011: 105-106) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi digunakan matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan perhitungan bantuan program SPSS.

Jika dari matrik korelasi antar variabel bebas ada korelasi cukup tinggi, maka hal ini merupakan indikasi adanya problem multikolinearitas, dan sebaliknya. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya problem multikolinearitas adalah *Tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 .

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji glejser dan uji white. Pengujian pada penelitian ini menggunakan uji glejser yaitu dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. jika nilai signifikansi antar variabel independen dengan absolut residualnya lebih dari 0,05 maka tidak terjadi gejala

heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

3.8.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2011;110). Untuk melakukan uji autokorelasi yaitu dengan uji durbin waston. Dasar pengambilan keputusan untuk uji autokorelasi adalah sebagai berikut;

1. Jika nilai $d < d_l$ atau $d > 4-d_l$ maka terdapat autokorelasi
2. Jika nilai $d_u < d < 4-d_u$ maka tidak terdapat autokorelasi
3. Jika nilai $d_l < d < d_u$ atau $4-d_u < d < 4-d_l$ maka tidak ada kesimpulan

3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Metode ini menghubungkan satu variabel dependen dengan banyak variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan pembelian. sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Lokasi dan Inovasi produk.

Model hubungan Keputusan pembelian dengan variabel-variabel bebasnya tersebut disusun dalam fungsi atau persamaan yang distandarisasi sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y	: Keputusan Pembelian
b_1, b_2, b_3, b_4	: Koefisien regresi
X_1	: Kualitas produk
X_2	: Kualitas pelayanan
X_3	: Lokasi
X_4	: Inovasi produk
e	: error

Koefisien variabel independen dalam persamaan regresi tersebut akan diinterpretasikan dengan menggunakan *Unstandardized Coefficients B*, dalam hal ini disebabkan unit ukuran dari variabel independen selalu tidak sama.

3.8.5 Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan, dilakukan dengan pengujian secara parsial menggunakan uji t dan pengujian Koefisien determinasi (R^2).

3.8.5.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2013:98). Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Lokasi dan Inovasi produk) terhadap variabel terikat (Keputusan pembelian) secara terpisah atau parsial.

Hipotesa yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah:

H_0 : $\beta_0 = 0$, Variabel bebas (Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Lokasi dan

Inovasi Produk) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Keputusan pembelian).

$H_i : \beta_i \neq 0$, Variabel bebas (Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Lokasi dan Inovasi Produk) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Keputusan pembelian).

Kriteria pengujian :

1. Jika $t_{hitung} > t_{table} = H_0$ ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel independen (Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Lokasi dan Inovasi produk) secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Keputusan pembelian) secara signifikan.
2. Jika $t_{hitung} < t_{table} = H_0$ diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen (Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Lokasi dan Inovasi produk) secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen (Keputusan pembelian) secara signifikan.

3.8.5.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013:97)