

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini yakni penelitian kuantitatif. Metode ini ialah salah satu jenis riset yang spesifikasinya yakni sistematis, terjadwal dan terstruktur dengan jelas sejak mula hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode riset kuantitatif, sebagaimana dituturkan oleh, (Sugiyono 2016) dalam jurnal (Noevie Susanti, 2017) Metode penelitian kuantitatif yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **B. Sifat Penelitian**

Sifat dalam penelitian ini adalah replikasi, penelitian ini merupakan replikasi penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Edmundio Darry, 2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian Pada KFC Cabang Duta Garden Tangerang. Menurut (Sugiono 2015) , penelitian replikasi merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengadopsi variabel, indikator, objek penelitian atau alat analisis yang sama dengan penelitian sebelumnya. Pada penelitian ini terdapat perbedaan antara penelitian sebelumnya yaitu pada judul sebelumnya peneliti melakukan penelitian pada KFC Cabang Duta Garden Tangerang pada Tahun 2022.

Terdapat juga persamaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya yaitu persamaan pada variabel penelitian Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi dan Keputusan Pembelian, persamaan pada metode penelitian pendekatan kuantitatif dan persamaan tujuan yaitu untuk memahami sejauh mana pengaruh dan hubungan antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.

### **C. Lokasi dan Periode Penelitian**

#### **1. Lokasi**

Penelitian ini dilakukan pada Coffee Shop Wolf Gang untuk mengetahui variabel kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan konsumen yang beralamat Jl. DR. Kumpulan Pane Tebing Tinggi.

#### **2. Periode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Februari sampai dengan bulan Juli Tahun 2023.

### **D. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Menurut Noevie Susanti, (2017) “Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Coffee Shop Wolf Gang di Kota Tebing Tinggi.

## 2. Teknik Penentuan Sampel

Menurut Noevie Susanti, (2017) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Karena jumlah populasi konsumen Coffee Shop Wolf Gang tidak diketahui, maka dalam penelitian ini mengambil sampelnya menggunakan Rumus Cochran (Lameshow Kuncoro, 2013) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P (1- P)}{d^2}$$

Keterangan :

- $n$  = Jumlah Sampel
- $Z$  = Skor Z pada kepercayaan 95 % = 1,96
- $P$  = Maksimal Estimasi = 0,5
- $d$  = Alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Batas persentase kelonggaran eror yang masih dapat ditolerir maksimal 10%

$$n = \frac{Z^2 \cdot P (1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$n = 96,04$  dibulatkan menjadi 96 orang

Sehingga jika berdasarkan rumus diatas maka  $n$  yang didapatkan adalah  $96,04 = 96$  orang, sehingga setidaknya peneliti harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya berjumlah 96 orang responden.

### 3. Teknik Sampling

Karena jumlah populasi pelanggan Coffee Shop Wolf Gang tidak diketahui, maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan random *sampling* melalui teknik *Accidental sampling*. Menurut (Diah Meidatuzzahra, 2019) bahwa *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data hingga mencapai sebanyak 96 orang sampel.

### E. Sumber Data

#### a. Data Primer

Menurut Noevie Susanti, (2017) data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utama seperti wawancara, survey dan sebagainya. Sumber data primer pada penelitian ini yaitu data yang diperoleh dari konsumen Coffee Shop Wolf Gang Kota Tebing Tinggi.

## **b. Data Sekunder**

Menurut Noevie Susanti, (2017) Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada, seperti buku dan sumber internet yang berhubungan dengan penelitian ini.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Karena data yang akan digunakan adalah data primer dan data sekunder maka metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

### **1. Wawancara**

Melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi mengenai responden di lapangan. Pada penelitian ini yang menjadi fokus wawancara peneliti adalah pengunjung Coffee Shop Wolf Gang Kota Tebing Tinggi

### **2. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Noevie Susanti, 2017).

Berdasarkan bentuk pertanyaan kuesioner dapat di kategorikan dalam dua jenis yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka adalah kuesioner yang memberikan kebebasan kepada objek penelitian untuk menjawab dan sementara itu kuesioner tertutup adalah kuesioner yang telah menyediakan pilihan jawaban untuk dipilih oleh objek penelitian. Kuesioner juga di berikan kepada responden dan di nilai dengan skala likert, skala likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
STS	TS	N	S	SS

### 3. Studi Pustaka

Mengumpulkan data melalui jurnal, dan internet yang menjadi bahan referensi pendukung bagi peneliti.

### G. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi Operasional variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dan nilai yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya berupa suatu perilaku maupun gejala yang dapat diamati serta yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesulitan dalam mengumpulkan data dalam penelitian.

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
1.	Kualitas Produk (X1)	Kualitas Produk adalah sebuah elemen usaha yang dapat kita perlu perhatikan oleh konsumen atau pelanggan, namun ada khususnya bagi konsumen atau pelanggan yang ingin mempertahankan kualitas produk kita yang ingin kita pasarkan Menurut (Maryari, 2022).	1. Kinerja ( <i>Perfomance</i> ) 2. Keistimewaan ( <i>Features</i> ) 3. Keandalan ( <i>Reability</i> ) 4. Karakteristik ( <i>Sensory Characteristic</i> ) 5. Profil dan Citra Etis ( <i>Ethical profile and image</i> )  Sumber : (Maryari, 2022)	Skala Likert
2.	Kualitas Layanan (X2)	Kualitas pelayanan merupakan sebuah perbandingan antara sebuah kenyataan atas pelayanan yang akan diterima dengan harapan atas pelayanan yang ingin di terima oleh konsumen atau pelanggan Menurut (Maryari, 2022).	1. Fakta ( <i>Tangible</i> ) 2. Keandalan ( <i>Reability</i> ) 3. Kemampuan ( <i>Responsiveness</i> ) 4. Tanggungan ( <i>Assurance</i> ) 5. Empati ( <i>Empathy</i> )  Sumber : (Maryari, 2022)	Skala Likerst
3.	Lokasi (X3)	Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya Menurut (Febriano Clinton Polla, 2018).	1. Keterjangkauan lokasi 2. Kelancaran Akses Menuju Lokasi 3. Kedekatan Lokasi Dengan Pusat Keramaian  Sumber : (Febriano Clinton Polla, 2018)	Skala Likert

4.	Keputusan Konsumen (Y)	Keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka Menurut (Wibisono, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan Produk</li> <li>2. Pilihan Merek</li> <li>3. Psilihan Tempat Penyaluran</li> <li>4. Jumlah Pembelian atau Kuantitas</li> <li>5. Waktu pembelian</li> <li>6. Metode pembayaran</li> </ol> <p>Sumber : (Wibisono, 2019)</p>	Skala Likert
----	------------------------	---	---	--------------

## H. Metode Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Menurut Noevie Susanti, (2017) Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

#### b. Uji Reliabilitas

Noevie Susanti, (2017) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban



seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik yang digunakan yaitu : uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

### a. Uji Normalitas

Menurut Firsti Zakia Indri, (2022), uji normalitas digunakan untuk mengkaji kenormalan variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal/mendekati normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik.

### b. Uji Multikolinearitas

Menurut Firsti Zakia Indri, (2022), 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. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Besarnya variabel *Inflation Factor/VIF* pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolinieritas yaitu nilai  $VIF < 10$ .
- 2) Besarnya *Tolerance* pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolinieritas yaitu nilai  $Tolerance < 0,1$

### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Firsti Zakia Indri, (2022), tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas, yakni variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap untuk mendiktesikannya atau dengan cara melihat grafik perhitungan antara nilai prediksi variabel tingkat (ZPRED) dengan residual (SRESID).

Dasar analisis uji Heteroskedastisitas sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Berganda

Menurut Gusti Pratiwi, (2021), regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen, bila dua

atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda yang persamaanya dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

Y	= Keputusan Pembelian
X1	= Kualitas Produk
X2	= Kualitas Layanan
X3	= Lokasi
a	= Konstanta
b	= Koefisien Regresi X terhadap Y
$\epsilon$	= Nilai Error / Kesalahan Pengukuran

## I. Pengujian Hipotesis

### 1. Uji t (Parsial)

Menurut Gusti Pratiwi, (2021), Pengujian hipotesis secara parsial, dapat diuji dengan menggunakan rumus uji t. Pengujian t-statistik bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen. Oleh karena itu uji t ini digunakan untuk menguji hipotesis Ha1 dan Ha2. Langkah-langkah pengujian yang dilakukan adalah dengan pengujian dua arah sebagai berikut:

- a. Merumuskan hipotesis (Ha)

$H_a$  diterima : berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

- b. Menentukan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05
- c. Membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Jika t-hitung lebih besar dari t-tabel maka  $H_a$  diterima.
  - 1) Bila  $t\text{-tabel} < t\text{-hitung}$  dan  $-t\text{-hitung} > -t\text{-tabel}$ , variabel bebas (independen) secara individu tak berpengaruh terhadap variabel dependen.
  - 2) Bila  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  dan  $-t\text{-hitung} < -t\text{-tabel}$ , variabel bebas (independen) secara individu berpengaruh terhadap variabel independen.
- d. Berdasarkan probabilitas  
 $H_a$  akan diterima jika nilai probabilitasnya kurang dari 0.05 ( $\alpha$ )
- e. Menentukan variabel independen mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen. Hubungan ini dapat dilihat dari koefisien regresi.

## 2. Uji f (Simultan)

Menurut Pratiwi G, (2021) uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi secara simultan. Langkah-langkah yang dilakukan adalah :

1) Merumuskan Hipotesis ( $H_a$ )

$H_a$  diterima: berarti dapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

2) Menentukan Tingkat Signifikansi yaitu sebesar 0.05 ( $\alpha=0.05$ )

3) Membandingkan F-hitung dengan F-tabel

a) Bila F-hitung  $<$  F-tabel, variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

b) Bila F-hitung  $>$  F-tabel, variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

**J. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Gusti Pratiwi, (2021) Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin baik kemampuan variabel bebas menerangkan variabel terikat. Jika determinasi ( $R^2$ ) semakin besar (mendekati 1), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel X adalah besar terhadap variabel Y. Nilai yang dipergunakan dalam melihat koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah pada kolom *adjusted R square* yaitu untuk mengetahui bagaimana variabel independen menjelaskan variabel dependen. Hal tersebut dikarenakan nilai *adjuster R square* tidak rentan pada penambahan variabel bebas.