

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) data kuantitatif adalah metode penelitian yang berbasis positivistik (data konkret). Data penelitian berupa angka-angka yang diukur dengan menggunakan statistika sebagai alat uji perhitungan dan berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk ditarik suatu kesimpulan. Filsafat positivistik digunakan dalam populasi atau sampel tertentu.

Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mencari sebab akibat (kausalitas) sesuatu. Dengan proses menyebarkan kuesioner untuk mengetahui datanya berupa angka atau data non angka yang diangkakan, lalu diolah dengan menggunakan rumus statistik tertentu. Dengan menggunakan pendekatan ini dapat lebih presisi dikarenakan dengan data valid berupa angka.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pokok permasalahan yang diteliti untuk memperoleh data, dan objek penelitian ini adalah Mie Gacoan. Objek penelitian ini merupakan beberapa variabel yang diteliti yaitu yang pertama adalah kualitas produk, kedua adalah harga, dan ketiga adalah lokasi. Tiga variabel ini dirasa cukup untuk mempresentasikan penelitian eksistensi dan data keseluruhan mengenai mie gacoan.

3.3 Variabel dan Definisi Operasional

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel menurut Sugiyono (2018) yaitu adalah karakteristik atau atribut seseorang atau organisasi yang dapat diukur atau diamati dan memiliki variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dijadikan pelajaran dan kemudian ditarik kesimpulan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas

(*Independent Variabel*) dan variabel terikat (*Dependent Variabel*). Ada variabel dalam penelitian yang dilakukan yang harus ditentukan sebelum data diperoleh atau mulai mengumpulkan data. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator dan ruang lingkup variabel yang termasuk dalam penelitian. Variabel penelitian ini melibatkan empat variabel yaitu Kualitas Produk, Harga dan Lokasi sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

3.3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel penelitian menurut (Nurdin et al., 2019) adalah Mendefinisikan variabel operasional berdasarkan sifat-sifat yang diamati yang memungkinkan peneliti melakukan pengamatan atau pengukuran yang cermat terhadap suatu objek atau fenomena.

Tabel 3. 1 *Definisi Operasional*

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator
Kualitas Produk (X1) menurut Asman Nasir (2021) yang sudah disesuaikan dengan penelitian ini.	Kualitas produk sangat berpengaruh kepada keputusan pembelian konsumen, semakin baik sebuah kualitas produk maka semakin cepat pula produk tersebut diterima dipasaran dan kualitas produk berperan penting untuk menarik konsumen agar membeli produk tersebut.	Kesesuaian dengan spesifikasi	1. Menampilkan produk sesuai dengan yang disajikan dan ketahanan produk
			2. Penyajian produk sesuai dengan yang diharapkan konsumen
		Kesan kualitas	3. Produk yang disajikan sesuai dengan karakteristik cita rasa restoran
Harga (X2) menurut Tjiptono (2019) yang	Jumlah uang yang diminta untuk kombinasi produk dan jasa yang berbeda, karena suatu harga pasti dikaitkan	Harga merupakan dterminan utama permintaan	1. Kesesuain harga dengan kualitas dan cita rasa produk
			2. Kesuain harga dengan

sudah disesuaikan dengan penelitian ini.	dengan beberapa produk atau jasa yang berbeda yang pada akhirnya sama dengan sesuatu, yaitu produk. dan jasa, harga juga harus sesuai dengan keuntungan dan kualitas produk		hasil yang diinginkan
		Harga bersifat fleksibel	3. Harga produk bersaing dengan kompetitor 4. Harga yang ditawarkan merupakan harga yang wajar
Lokasi (X3) menurut Tjiptono (2022) yang sudah disesuaikan dengan penelitian ini.	Tempat suatu usaha atau aktivitas perusahaan beroperasi dan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang, jasa atau tempat konsumen untuk datang dan berbelanja.	Menghadirkan lokasi yang strategis	1. Lokasi yang memudahkan untuk diakses oleh konsumen 2. Lokasi yang mudah dilihat oleh konsumen
		Lokasi atau tempat akan mempromosikan nilai citra dari tempat itu sendiri	3. Menyediakan lokasi untuk parkir yang memadai dan ciri khas restoran
Keputusan Pembelian (Y) menurut Widokarti & Priansa (2021) yang sudah disesuaikan dengan penelitian ini.	Keputusan pembelian adalah proses seseorang dalam membeli suatu produk dengan mempertimbangkan banyak aspek memilih barang atau jasa dan bagaimana barang atau jasa memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen	Pilihan Produk	1. Produk yang ditawarkan memiliki banyak pilihan dan memiliki keunggulan dibanding kompetitor
		Pilihan saluran pembelian	2. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan ketersediaan produk untuk konsumen

		Jumlah pembelian	3. Keputusan jumlah pembelian produk dan pembelian lebih dari satu jenis produk
--	--	------------------	---

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti (Handayani, 2020). Menurut Sugiyono (2018) populasi merupakan kelompok sasaran adalah area generalisasi yang mencakup fenomena atau subjek dengan keterampilan dan karakteristik khusus yang dapat diperiksa oleh evaluator dan ditarik kesimpulannya. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa Sampel merupakan bagian dari perhitungan dan karakteristik populasi, sehingga jumlah sampel yang akan diambil harus dapat mewakili populasi dalam penelitian. Sampel diambil karena peneliti memiliki keterbatasan dalam hal waktu, tenaga, sumber daya dan populasi yang sangat besar selama penelitian Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi tersebut. Nilai yang dihitung dan diperoleh dari populasi ini disebut dengan parameter. Pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability*.

Non-probability sampling, yaitu pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap anggota populasi. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan karakteristik tertentu. Hal ini dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam mendapatkan responden yang sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Karakteristik tersebut meliputi:

1. Konsumen yang pernah membeli produk Mie Gacoan di Jabodetabek
2. Konsumen yang pernah mengunjungi Mie Gacoan di Jabodetabek
3. Berdomisili di Jabodetabek

Karena besar jumlah populasi yang belum di ketahui secara langsung, maka dalam penentuan jumlah sampel ditentukan adalah ukuran sampel minimum yaitu 5 sampai 10 kali jumlah item pengukuran yang ditentukan dalam penelitian Hair et al (2023). Dalam penelitian ini menggunakan 13 indikator pengukuran, sehingga minimum sampel yang diperoleh ($10 \times 13 = 130$).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang disebar kepada responden melalui media sosial seperti Instagram, Whatsapp & Line, untuk memperoleh data primer. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data terkait identitas diri, kualitas produk, harga dan lokasi

Menurut Sugiyono (2018) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Variabel yang diukur dengan skala Likert diubah menjadi indikator variabel. Indikator-indikator tersebut kemudian dijadikan sebagai titik tolak pengembangan elemen instrumen, yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Kriteria Penilaian	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2018)

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam hal mengumpulkan data di

penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data primer. Menurut Sugiyono (2019) Data primer adalah sumber data yang menyediakan data secara langsung kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung melalui pengisian kuesioner oleh konsumen Mie Gacoan. Data yang sudah terkumpul selanjutnya akan diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS

3.7 Uji Validitas dan Uji Realibilitas

1. Menurut (Ghozali, 2018) uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu survei dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengatakan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Dengan kriteria pengujian uji validitas adalah sebagai berikut :

- a) Jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b) Jika r hitung $< r$ tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Sedangkan uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner penelitian yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Uji reliabilitas juga menguji konsistensi data yang disimpan dalam jangka waktu tertentu, yaitu untuk mengetahui sejauh mana alat ukur yang digunakan reliabel atau dapat dipercaya. Pengukuran reliabilitas ini dilakukan dengan cara *One Shot* (pengukuran sekali saja) yaitu pengukurannya dilakukan sebanyak sekali yang kemudian hasilnya dibandingkan dengan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan (Ghozali, 2018).

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan program *SPSS* dengan memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *Cronbach's Alpha* (α) dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Nilai *Cronbach's Alpha* $>$ konstanta (0,6), maka pertanyaan reliabel
- b) Nilai *Cronbach's Alpha* $<$ konstanta (0,6), maka pertanyaan tidak reliabel

3.8 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018), uji asumsi klasik merupakan tahap awal dari digunakannya analisis regresi linear berganda. Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa koefisien regresi tidak bias, konsisten, dan memiliki ketepatan estimasi. Menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) Uji normalitas bertujuan untuk menguji adanya distribusi normal atau tidak dalam sebuah model regresi dan kedua variabel. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* pada alpha 5%. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka distribusi residual data penelitian adalah normal. Namun, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka distribusi residual tidak normal.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018) uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas). Uji multikolinieritas dilihat dari nilai *Tolerance* dan *variance influse factor* (VIF).

1. Jika nilai $VIF > 10$ $Tolerance < 0,1$ disimpulkan terdapat masalah multikolinieritas dalam persamaan regresi.
2. Jika nilai $VIF < 10$ $Tolerance > 0,1$ disimpulkan tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam persamaan regresi

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Untuk menghindari terjadinya tanda - tanda heteroskedastisitas, titik signifikansi harus $> \alpha (0,05)$.

3.9 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan adakah variabel bebas yang memiliki pengaruh besar terhadap variabel terikat. Rumus persamaan regresi berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian (Variabel Dependen)

a = Konstanta

b = Koefesien Regresi Linier

X₁ = Kualitas Produk (Variabel Independen)

X₂ = Harga (Variabel Independen)

X₃ = Lokasi (Variabel Independen)

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Simultan (F)

Menurut Ghozali (2018) uji pengaruh bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau joint mempengaruhi variabel dependen. Uji simultan digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama- sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

1. F hitung > F tabel, maka variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, (H_a diterima, H₀ Ditolak).
2. F hitung < F tabel, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, (H_a ditolak, H₀ diterima).

3.10.2 Uji Parsial (t)

Menurut Ghozali (2018) uji statistik t menentukan kemampuan setiap variabel independen untuk secara individu untuk menjelaskan perilaku variabel dependen. Uji parsial atau sendiri-sendiri digunakan untuk menguji kemampuan koefisien parsial. Uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam variasi variabel dependen.

1. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Adapun pengamatan nilai signifikansi t pada tingkat α yang digunakan (0,05 atau 5%). Analisis ini didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi 0,05 dengan syarat sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $t < 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (H_0 ditolak, H_a diterima).
2. Jika signifikansi $t > 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (H_0 diterima, H_a ditolak).

3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari koefisien determinasi (R^2) yaitu untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2018). Jika koefisien determinasi (R^2) mendekati angka 1, maka dapat disimpulkan bahwa semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi (R^2) mendekati angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa semakin lemah model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi yang digunakan adalah *adjusted R square*.