

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner kepada responden. Pendekatan kuantitatif terfokus pada gejala atau fenomena yang terjadi pada variabel tertentu. Menurut (Sugiyono, 2019), menjelaskan metode kuantitatif merupakan metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis metode ini juga disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka dan analisis menggunakan statistik. Metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut (Sihotang, 2023), penelitian kuantitatif memenuhi prinsip-prinsip ilmiah yang meliputi aspek teoritis, empiris, uji ulang, terbuka untuk kritik, obyektif, terukur, rasional, konsisten, dan sistematis. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk membuktikan atau mengonfirmasi dengan menggunakan analisis statistik yang mengandalkan angka-angka untuk memecahkan masalah penelitian. Berbagai jenis data, termasuk statistik, presentase, dan bentuk terkait lainnya, memainkan peran penting dalam memandu proses penelitian dan analisis data meliputi statistik deskriptif dan inferensial, yang memungkinkan evaluasi terhadap keberhasilan dalam membuktikan hipotesis.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan target yang membentuk inti dari subjek utama yang akan diteliti secara mendalam oleh peneliti, objek dapat berupa individu, transaksi, atau peristiwa yang menjadi fokus analisis. Kemudian subjek yang menjadi objek penelitian, baik dalam ukuran yang terbatas maupun yang lebih luas (Purwanza et al. 2020). Objek pada penelitian ini adalah konsumen Burger King

yang berada di wilayah Tangerang Selatan. Objek penelitian membantu peneliti untuk dapat mengetahui dan mempelajari faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap restoran cepat saji Burger King dan beberapa faktor yang mempengaruhi tersebut yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga, sehingga penelitian ini fokus dalam menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019), menyatakan dalam bukunya bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda alam lainnya dan populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki subyek atau obyek tersebut.

Dalam buku Priadana et al. (2021), menyatakan bahwa populasi mencakup semua subjek yang menjadi focus penelitian, dan populasi mencakup semua subjek yang akan diselidiki oleh seorang peneliti. Maka, populasi pada penelitian ini menggunakan populasi yaitu konsumen Burger King di Tangerang Selatan, yang berusia remaja hingga dewasa dan berjenis kelamin laki – laki maupun perempuan dimana merupakan individu yang telah melakukan kunjungan dan pembelian makanan cepat saji Burger King setidaknya 1 kali.

3.3.2 Sampel

Sugiyono, (2019), menjelaskan sampel merupakan bagian dari jumlah dan 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. Selain itu, (Sugiyono, 2019) juga mengemukakan *Purpose sampling* dilakukan dengan mempertimbangkan ciri dari populasi yang

sejalan dengan karakteristik populasi yang telah dipelajari dan ditetapkan sebelumnya. Dalam penelitian ini, metode *purposive sampling* dipilih karena tidak semua sampel memenuhi kriteria yang telah ditetapkan penulis. Peneliti menggunakan kriteria tertentu dalam pemilihan sampel, yaitu :

1. Pernah membeli produk Burger King
2. Pernah mengunjungi restaurant Burger King di Tangerang Selatan
3. Konsumen yang tinggal di Tangerang Selatan

Menurut (Hair et al. 2019), untuk menentukan jumlah sampel yang tidak diketahui populasinya secara pasti yaitu, jumlah indikator dikalikan 5-10. Dalam penelitian ini terdapat 20 indikator, sehingga perhitungan yang digunakan adalah :

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= 20 \times 6 \\ &= 20 \times 6 \\ &= 120 \text{ sampel}\end{aligned}$$

Maka, dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini berjumlah 120 responden yang pernah melakukan kunjungan dan pembelian produk pada restaurant cepat saji Burger King.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini agar dapat mencapai 120 responden adalah dengan menyebarkan kuesioner secara daring atau online melalui link Gform, yang disebarluaskan melalui beberapa akun media sosial peneliti, seperti WhatsApp, Instagram maupun X. Oleh karena itu, data yang terkumpul dalam penelitian ini dianggap sebagai data primer. Data primer merujuk pada sumber data yang diperoleh langsung oleh peneliti atau pengumpul data, misalnya melalui wawancara, survei, atau penggunaan kuesioner. Pada penelitian ini digunakan skala Likert dengan rentang nilai dari 1 hingga 4, yang mencakup tingkat setujuan dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Data dari kuesioner akan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS.

Tabel 3. 1 Skala Likert

1	2	3	4
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono (2019)

Tabel diatas menjelaskan kategori skala Likert yang dipergunakan dalam penelitian ini. Skala 1 menunjukan bahwa responden merasa Sangat Tidak Setuju dengan pernyataan yang diberikan, skala 2 menunjukan bahwa responden merasa Tidak Setuju dengan pernyataan yang diberikan, skala 3 menunjukan bahwa responden merasa Setuju dengan pernyataan yang diberikan, dan skala 4 menunjukan bahwa responden merasa Sangat Tidak Setuju dengan pernyataan yang diberikan.

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah proses menetapkan dan mengukur suatu variabel dengan cara yang konkret dan terukur. Ini melibatkan penentuan cara spesifik di mana variabel tersebut akan diamati atau diukur. Dengan merumuskan definisi operasional, peneliti dapat melakukan pengukuran yang valid terhadap setiap tahap dalam analisis data atau informasi yang dikumpulkan (Sihotang, 2023). Untuk menyatakan pengertian tentang variabel yang diukur. Maka dalam penelitian ini adalah kualitas produk , kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian yaitu:

Tabel 3. 2 Indikator Variabel dan Pernyataan

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Produk (X1)	Konsumen cenderung memilih produk yang dianggap memiliki kualitas yang baik, konsumen menilai kualitas produk berdasarkan pada sejauh mana produk tersebut memenuhi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa makanan 2. Aroma makanan 3. Penampilan makanan 4. Tektur makanan 5. Tingkat kematangan makanan

Manglo, (2021)	harapan mereka dari rasa makanan, tekstur, penampilan makanan, hingga tingkat kematangan.	6. Variasi menu
Kualitas Pelayanan (X2) Schiffman <i>et al.</i> , (2019)	Kualitas layanan merupakan usaha untuk memenuhi harapan konsumen dan menciptakan sikap yang menghasilkan kesenangan. Konsumen mengevaluasi kualitas pelayanan dengan menilai seberapa cepat pelayanan yang diberikan, kesopanan karyawan, dan seberapa besar perhatian yang diberikan oleh karyawan dan kualitas layanan mencakup efisiensi dan efektivitas dalam memenuhi kebutuhan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang tepat 2. Kecepatan dan ketanggapan 3. Kesopanan dengan komunikasi yang baik 4. Memberikan perhatian 5. Fasilitas yang lengkap
Harga (X3) Kotler <i>et al.</i> , (2022)	Konsumen seringkali membuat keputusan pembelian berdasarkan pada perbandingan antara keterjangkauan dan kesesuaian harga produk dengan keuntungan yang diterima. Dalam hal ini, harga yang sesuai dengan nilai dan persepsi konsumen dapat mendorong pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga produk 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat produk 4. Kesesuaian harga dengan daya saing harga

<p>Keputusan Pembelian (Y)</p> <p>Kotler <i>et al.</i>, (2022)</p>	<p>Keputusa pembelian merupakan langkah dalam pengambilan keputusan yang melibatkan pertimbangan untuk melakukan pembelian atau tidak, serta menentukan produk dan merek apa yang akan dibeli dengan memilih penyalur dan seberapa banyak pembelian produk yang dibutuhkan sesuai dengan kapan produk tersebut dibutuhkan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Jumlah pembelian 5. Waktu pembelian
---	--	---

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui distribusi angket atau kuesioner yang mengandung serangkaian pertanyaan yang telah dirancang. Kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan respons dari responden berdasarkan opsi jawaban yang telah disediakan, sehingga memungkinkan pengumpulan data dari sampel dalam penelitian kuantitatif (Ardiansyah *et al.*, 2023). Teknik Analisis Regresi Berganda merupakan bagian dari Statistik Inferensial yang digunakan sebagai metode analisis data dalam penelitian ini. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menemukan pola hubungan antara variabel dependen dengan dua variabel independen menggunakan perangkat lunak IBM SPSS.

Statistical Product and Service Solution (SPSS merupakan salah satu perangkat lunak komputer yang dirancang khusus untuk menganalisis data dengan berbagai metode statistik yang tinggi, SPSS memiliki tampilan yang terstruktur dengan baik, termasuk grafik dan tabel yang memudahkan visualisasi data, serta dapat dengan mudah diubah sesuai kebutuhan (Otaya, 2023).

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2021). Menurut Ghozali, (2021) uji validitas ini menggunakan metode Pearson Correlation Product Moment. Perbandingan antara besaran r hitung dan r tabel akan menghasilkan nilai validitas dengan mencari nilai Degree of Freedom (DF). Berdasarkan rumus $DF = N - 2$. Adapun kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut.

1. Apabila r hitung $>$ r tabel atau nilai p -value $<$ nilai α menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan valid.
2. Apabila r hitung $<$ r tabel atau nilai p -value $>$ nilai α menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, setiap pertanyaan dijawab dengan konsisten karena masing-masing pertanyaan akan mengukur hal yang sama (Ghozali, 2021).

Menurut Ghozali, (2021) pengukuran reliabilitas dilakukan dengan one shot atau pengukuran sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan, pengukuran dilakukan sebagai berikut :

1. Nilai Cronbach's Alpha $>$ 0.7 menunjukkan bahwa variabel tersebut reliabel.
2. Nilai Cronbach's Alpha $<$ 0.7 menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak reliabel.

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali, (2021) Uji normalitas merupakan prosedur statistik untuk menguji apakah dalam model regresi variabel memiliki distribusi normal atau tidak. Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independent. Untuk mengetahui normalitas data dapat dilakukan dengan Non-parametrik statistic dengan uji Kolmogorov-Smirnov untuk menentukan hasil uji normalitas dapat melihat nilai signifikansi atas Monte Carlo Sig (2-tailed) dengan ketentuan sebagai berikut.

1. Nilai signifikan pada tabel Monte Carlo Sig (2-tailed) > 0.05 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.
2. Nilai signifikan pada tabel Monte Carlo Sig (2-tailed) < 0.05 menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal.

3.8.2 Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali, (2021) uji multikolonieritas merupakan pengujian untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel dependen. Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Penyimpangan asumsi klasik multikolonieritas antar variabel independen yang dilihat berdasarkan nilai Tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Dasar yang menjadi pengambilan keputusan untuk mengetahui keberadaan multikolonieritas sebagai berikut.

1. Nilai Tolerance < 0.1 dan nilai VIF > 10 menunjukkan bahwa adanya multikolonieritas.
2. Nilai Tolerance > 0.1 dan nilai VIF < 10 menunjukkan bahwa tidak adanya multikolonieritas.

3.8.3 Uji Heteroskedastitas

Menurut Ghozali, (2021), Uji heteroskedastisitas merupakan suatu situasi apabila varian dari residual tidak ada kesamaan pada model regresi dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dengan metode *glejser* (Ghozali, 2019). Penentuan pengambilan keputusan terdapat atau tidaknya heteroskedastisitas sebagai berikut.

1. Nilai signifikan < 0.05 menunjukkan bahwa adanya heteroskedastisitas.
2. Nilai signifikan > 0.05 menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas

3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali, (2019), Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas) dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Analisis regresi berganda memiliki rumus yang dapat dilihat sebagai berikut.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Kualitas Produk

X1 = Kualitas Produk

β_2 = Koefisien Kualitas Pelayanan

X2 = Kualitas Pelayanan

β_3 = Koefisien Harga

X3 = Harga

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali, (2021), koefisien determinasi merupakan pengukuran untuk 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 independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.10.2 Uji F (Anova)

Menurut Ghozali, (2021), Uji F digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen dalam model. Evaluasi ini dilakukan dengan membandingkan nilai F yang dihitung dengan nilai F tabel yang diambil dari Tabel Anova pada output IBM SPSS. Nilai F tabel diperoleh dari rumus $(K ; n - K)$, di mana K adalah jumlah kelompok variabel bebas dan n adalah jumlah total sampel, dengan tingkat signifikansi 5% (0.05). Keputusan diambil berdasarkan hasil perbandingan berikut.

Ketentuan:

- a. Model diterima jika Nilai F hitung $>$ F tabel atau signifikansi $<$ 0.05.
- b. model ditolak jika Nilai F hitung $<$ F tabel atau signifikansi $>$ 0.05.

3.10.3 Uji T (Parsial)

Menurut Ghozali, (2021), uji t untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian menggunakan signifikansi dengan level 0,05 (α) = 5%. Dasar pengambilan keputusan jika nilai sig kurang dari ($<$) 0,05 atau t hitung ($>$) t table

maka terdapat pengaruh variable X terhadap variable Y. Namun apabila nilai sig lebih besar ($>$) dari 0.05 atau t hitung kurang ($<$) t table maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Hasil dari pengujian hitung akan dibandingkan dengan tabel, dengan ketentuan:

- a. Apabila T hitung $>$ T tabel. Maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Apabila T hitung $<$ T tabel. Maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.