

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi/ Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV Al- Mahdi yang berlokasi di jalan Rajawali, nomor 50 A, sukajadi. Masyarakat banyak membeli kue kemojo di CV Al- Mahdi karena kue kemojo sangat lezat dan banyak cita rasa. Mulai dari rasa pandan, pandan spesial, durian, jagung dan coklat, gula merah.

3.2. Operasional Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Produk (X1) Menurut bennion dan scheulle (2004) produk adalah karakteristik dari makanan adalah faktor penentu paling penting saat mencoba suatu makanan	<ul style="list-style-type: none">▪ Cita rasa bolu kemojo yang enak▪ Keunikan dalam aroma▪ Mudah didapat▪ Penampilanya yang menarik	Ordinal
Harga (X2) Merupakan jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa (kotler 2006)	<ul style="list-style-type: none">▪ Harga makanan bolu kemojo sangat terjangkau▪ Harga sebagai pertimbangan akhir▪ Harga dan	Ordinal

Variabel	Indikator	Skala
	Manfaat Sesuai	
Promosi (X3) Upaya untuk memberikan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan agar menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkosumsinya	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Iklannya sangat menarik ▪ Informasi dari mulut ke mulut 	Ordinal
Keputusan Pembelian(Y) Sebagai suatu proses dimana konsumen mengenali kebutuhannya, mencari informasi mengenai produk yang sesuai dan mengambil keputusan tentang produk mana yang akan dibeli dan digunakan.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informasi yang didapatkan konsumen ▪ Membeli suatu produk dilihat dari kebutuhan yang diperlukan ▪ Menentukan pilihan yang dianggap menguntungkan ▪ Pembelian ulang setelah mengkosumsi produk tersebut 	Ordinal

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah jumlah konsumen yang berbelanja di gerai kemojo Al- Mahdi di pekanbaru dari bulan agustus – desember 2017 yang berjumlah sebanyak 17.675 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{Nd^{2+1}}$$

dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

d = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, diambil contoh 10%.

Rumus pengambilan sampel yang diambil adalah :

$$n = \frac{17.675}{(17.675 \cdot (0.10)^2 + 1)} = \frac{17.675}{177.75} = 99.44 \text{ orang}$$

Berdasarkan rumus Slovin diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang. Teknik pengambilan Sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode Accidental Sampling, yaitu teknik menentukan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Data adalah sejumlah informasi yang dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan. Informasi yang di peroleh memberikan gambaran, keterangan, arah suatu persoalan dalam bentuk kategori huruf atau bilangan. Sumber informasi digolongkan menjadi dua, yaitu data primer yang berasal dari sumber yang asli dan dikumpulkan secara khusus untuk menjawab

penelitian kita. Sumber data sekunder adalah studi yang dilakukan oleh pihak lain untuk sasaran mereka sendiri.

1.4.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh melalui pengamatan langsung atau observasi dan penyebaran kuesioner bagi para pelanggan sebagai responden. Pertanyaan dalam kuesioner ini adalah pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang jawabannya telah disediakan, sehingga responden hanya dapat memilih salah satu alternatif jawaban yang paling sesuai.

1.4.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah yang telah diolah lebih lanjut baik oleh pihak pengumpul data primer ataupun pihak lain yang dapat diperoleh dari berbagai sumber diantaranya : Buku-buku, internet, makalah dan dokumen yang dijadikan objek studi.

1.5. Teknik Pengumpulan Data

1.5.1. Kuesioner

Mengajukan sejumlah pertanyaan kepada konsumen yang akan dijawab dalam bentuk tulisan sesuai pertanyaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari koesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan koesioner atau seperangkat pertanyaan tertulis kepada pelanggan.

Dalam koesioner ini nantinya terdapat pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan merupakan jawaban- jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesa. Penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert yaitu skala yang dipakai mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang / kelompok tentang fenomena sosial.

Tabel 3.2

Instrumen Skala Likert

No	Pertanyaan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : sugiyono (2001)

Skala ini mudah dipakai untuk penelitian yang terfokus pada responden dan objek jadi penelitian dapat mempelajari bagaimana respon yang berbeda dari tiap- tiap responden.

3.5.2. Interview

Yaitu cara mengumpulkan data dilakukan dengan cara interview pihak pimpinan atau yang mewakili CV bolu kemojo Al- Mahdi di pekanbaru untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan pemasalahan yang diteliti.

3.5.3. Studi Kepustakaan

Kegiatan mengumpulkan bahan- bahan yang berkaitan dengan penelitian yang berasal dari jurnal- jurnal ilmiah, literature serta publikasi- publikasi lain yang layak dijadikan sumber.

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan:

3.6.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mencari bentuk secara simultan (bersama- sama) dan parsial (sendiri- sendiri) antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Menurut J.Supranto persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b₁ b₂ b₃ = Koefisien

X₁ = Produk

X₂ = Harga

X₃ = Promosi

e = Residual

3.6.2. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Koefisien Korelasi adalah salah satu teknik statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih yang sifatnya kuantitatif. Keeratan hubungan antara satu variabel lainnya, biasa disebut dengan koefisien korelasi yang ditandai dengan “r”. Koefisien korelasi “r” merupakan taksiran dari korelasi populasi dengan kondisi sampel normal.

Koefisien Determinasi (r^2) digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan variabel independen dan dependen. Nilai r^2 yang semakin mendekati satu maka variabel independen yang ada dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen, dan begitu juga sebaliknya. Besarnya koefisien determinasi (r^2) antara 0 sampai dengan 1.

3.6.3. Uji Hipotesis

3.1. Uji F

menyebutkan rumus uji F sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Dengan keterangan :

F hitung = rasio

Untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, digunakan rumus (Sugiyono ; 2007) k = jumlah variabel bebas

R = koefisien regresi

n = banyaknya data

dengan hipotesis

$F_h > F_t$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

$F_h < F_t$ maka H_0 diterima H_a ditolak

Nilai kritis yaitu nilai yang dapat dari tabel distribusi F

dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% dimana $F_{tab} = F$

3.2. Uji T

Untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan konsumen yang terdiri dari produk (X_1) harga (X_2) promosi (X_3) secara terpisah (parsial) terhadap keputusan pembelian (Y) maka digunakan uji T : (Sugiyono, 2007) .

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dengan keterangan :

r = Korelasi produk moment

n = Jumlah responden

t = Uji hipotesis

Dengan hipotesis

$t_h > t_t$ maka H_0 ditolak H_a diterima

$t_h < t_t$ maka H_0 diterima H_a ditolak