

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi/Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Waroeng *Steak and Shake* Jl. Melati No. 49, Sukajadi, Kota Pekanbaru, Riau 28156.

3.2. Operasional Variabel

Variabel penelitian yang akan dianalisis dalam pembahasan ini pada dasarnya terdiri dari dua variabel yaitu :

1. Variabel X (*Independent Variable*) yaitu Motif Rasional
2. Variabel Y (*Dependent Variable*) yaitu Keputusan Pembelian

Untuk lebih jelasnya operasional variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1

Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen/ skala
Motif Rasional (X), Menurut Swasta (2009:68), menjelaskan bahwa Motif Rasional adalah motif yang didasarkan pada kenyataan-kenyataan seperti yang ditunjukkan oleh produk kepada pembeli.	Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga jual yang terjangkau dengan pendapatan konsumen 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Harga produk mampu bersaing dengan produk sejenis 	Ordinal
	Kemudahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang mudah untuk diakses 2. Proses pemesanan yang mudah 3. Fasilitas yang memadai 	Ordinal
	Kehandalan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan yang terpercaya dan profesional 2. Kecepatan karyawan dalam pelayanan 3. Rasa produk yang enak dan lezat 4. Kenikmatan dari produk 5. Desain dari produk yang menarik 	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y) Menurut Philip Kotler (2007:223) bahwa: “Keputusan Pembelian yaitu beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan	Pengenalan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli suatu produk dilihat dari kebutuhan yang diperlukan 2. Membeli produk dilihat dari perubahan situasi konsumen 	Ordinal
	Pencarian Informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengumpulkan data terhadap produk sebelum membeli 2. Mengumpulkan informasi melalui orang lain 	Ordinal

pembelian suatu produk	Evaluasi Alternatif	1. Menyeleksi dan mengevaluasi pilihan terhadap produk dengan manfaat yang diterapkan 2. Konsumen menyeleksi dan mengevaluasi pilihan produk sesuai dengan anggaran yang dimilikinya	Ordinal
	Keputusan Untuk Melakukan Pembelian	1. Pilihan yang dianggap memiliki manfaat dan keuntungan 2. Keputusan membeli dilihat dari kualitas produk yang ditawarkan	Ordinal
	Perilaku Pasca Pembelian	1. Keterkaitan konsumen untuk membeli kembali produk di tempat yang sama 2. Perilaku konsumen terhadap tingkat kepuasan sesudah melakukan pembelian	Ordinal

Sumber : diperoleh dari literature dan skripsi 2013 - 2016

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005:72). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang melakukan pembelian di Waroeng *Steak and Shake* jalan melati pekanbaru.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2005:72). Karena dalam penelitian ini belum diketahui pasti jumlah respondennya, maka teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jadi, sampel tidak diambil secara acak tapi ditentukan sendiri oleh peneliti berdasarkan pertimbangan tertentu. Kriteria dalam menentukan sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan sebagai berikut :

1. Konsumen yang melakukan pembelian di Waroeng *Steak and Shake* jalan melati pekanbaru, dengan rentang usia 15 tahun sampai dengan 40 tahun karena di usia tersebut pembeli dianggap sudah bekerja dan berpenghasilan sendiri.
2. Konsumen yang pernah melakukan transaksi di Waroeng *Steak and Shake* jalan melati pekanbaru.

Dalam penelitian ini sampel yang diambil dalam ukuran besar yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti, maka digunakan teknik penentuan jumlah sampel untuk populasi tak terhingga sebagai berikut (Rao Purba, 1996).

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2} = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,0 \approx 100$$

Keterangan :

N : jumlah sampel

Z : tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% (1,96)

Moe :margin of error max, adalah tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi, sebesar 10%.

3.4. Jenis dan sumber data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.4.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari penelitian langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak, pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu objek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Dengan kata lain peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) atau penelitian benda (metode obeservasi).

3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya. Data yang diperoleh mencakup data gambaran umum perusahaan, struktur organisasi, aktivitas perusahaan.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data melalui formulir – formulir yang berisi pertanyaan – pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis, 2009:66).

Kuesioner ini disebarakan secara langsung oleh peneliti kepada konsumen Waroeng *Steak and Shake* jalan Melati Pekanbaru. Dan untuk mengukur persepsi responden menggunakan 5 angka penelitian dimana setiap jawaban diberi bobot nilai sebagai berikut :

- | | |
|------------------|----------------|
| a. Sangat Setuju | diberi bobot 5 |
| b. Setuju | diberi bobot 4 |
| c. Ragu | diberi bobot 3 |
| d. Kurang Setuju | diberi bobot 2 |
| e. Tidak Setuju | diberi bobot 1 |

3.5.2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara langsung dengan pimpinan atau manajer outlet Waroeng *Steak and Shake* di Jalan melati Pekanbaru guna memperoleh informasi mengenai permasalahan yang diteliti.

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis *kuantitatif*. metode *kuantitatif* adalah metode penganalisaan yang dilakukan dengan mentabulasikan data yang ada kedalam bentuk angka-angka. Tingkat ukuran yang dipakai dalam pengukuran variabel adalah dengan skala Likert, dimana seorang responden dihadapkan pada beberapa pertanyaan kemudian diminta memberikan jawabannya.

Sebelum analisis data dilanjutkan, terlebih dahulu dilakukan pengujian dalam penelitian dengan beberapa langkah sebagai berikut :

3.6.1. Uji Validitas

Pengujian Validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid suatu variabel. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi masing-masing item dengan total skor masing-masing variabel, yakni dengan membandingkan nilai korelasi r hitung dengan r tabel (Priyatno, 2010:21).

Kriteria penelitiannya :

- δ Variabel dikatakan valid jika r hitung positif dan r hitung $> r$ tabel
- δ Variabel dikatakan tidak valid jika r hitung negative dan r hitung $< r$ tabel

3.6.2. Uji Realibilitas

Realibilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan mengukur realibilitas dengan uji statistic alpa cronbach's (α) (Prayatno, 2010:32). Kriteria penilaiannya :

- δ Jika nilai alpa cronbach's $\geq 0,6$ maka item valid dikatakan reliabel
- δ Jika nilai alpa cronbach's $\leq 0,6$ maka item yang valid dikatakan tidak reliabel

3.6.3. Model statistik

Untuk melihat pengaruh antara kedua variabel, maka pengolahan data menggunakan program SPSS (*Statistica Product and service Solution*) versi 22. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear berganda dengan rumus :

$$Y = a + \beta X + \varepsilon$$

Dimana :

Y = variabel dependen (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta

X = variabel independen (Motif Rasional)

ε = Variabel Pengganggu

3.6.4. Uji Koefisien Determasi (R^2)

Koefisien untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai R^2 terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$) tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.6.5. Pengujian Hipotesis

Pengujian terhadap masing-masing hipotesis dilakukan dengan cara sebagai berikut : uji signifikan (pengaruh nyata) variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y) baik secara parsial maupun secara bersama-sama yang dilakukan dengan uji t dengan level 5 % ($\alpha = 0,05$).

3.6.6. Uji Parsial (*Uji t*)

Uji t digunakan untuk menganalisis besarnya pengaruh variabel independen secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel dependen dengan signifikan 5 % ($\alpha = 0,05$).