

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di jalan Melati No.4A Senapelan Kota Pekanbaru Riau.

3.2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Variabel Independent (*Bebas*)

Variabel X (*bebas*) yaitu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas yang penulisannya adalah *Produk* (X_1), *Harga* (X_2), dan *Promosi* (X_3).

2. Variabel Dependent (*Terikat*)

Variabel Y (*terikat*) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Variabel terikat dalam Penelitian ini ialah Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Produk (X_1) adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepasar untuk ditawarkan dan mendapatkan perhatian, dibeli, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Thamrin Abdullah. 2012,02).	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Variasi menu makanan. • Citra rasa makanan • Menu special dalam makanan. • Bentuk dan tekstur makanan saat menyajikan dalam acara. 	Ordinal
2	Harga (X_2) adalah jumlah uang yang dikenakan biaya untuk produk atau jasa; jumlah dari nilai bahwa pertukaran pelanggan untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. (Kotler dan Armstrong, 2012, hlm.290).	<ul style="list-style-type: none"> • Penetapan Harga • Asumsi Harga 	<ul style="list-style-type: none"> • Keterjangkauan harga. • Kesesuaian harga dengan kualitas produk. • Adanya persaingan harga pada produk makanan. 	Ordinal
3.	Promosi (X_3) merupakan berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang. (Kotler dan Keller, 2012, hlm.519).	<ul style="list-style-type: none"> • Periklanan • Penjualan personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Spanduk dan media sosial. • Potongan Harga. • Informasi yang jelas dari promosi 	Ordinal
No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala

4	Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen dituntut untuk memecahkan masalah (konflik) atas kebutuhan yang belum terpenuhi. (Suryadi dan Hutomo dalam Susanto, 2013).	<ul style="list-style-type: none">• Pengenalan masalah• Pencarian informasi• Evaluasi beberapa alternatif• Keputusan untuk membeli• Pembelian• Evaluasi paska pembelian	<ul style="list-style-type: none">• Adanya informasi seperti teman, keluarga, dll.• Adanya pengaruh komersial seperti spanduk dan media sosial.• Adanya pengaruh pelayanan yang baik.• Kemudahan untuk mendapatkan produk yang diinginkan.	Ordinal
---	---	--	---	---------

Untuk mengukur setiap jawaban responden di gunakan skala likert dengan lima alternatif jawaban yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Kelima penilaian tersebut diberi nilai pada tabel sebagai berikut.

Tabel 3.2 Skor Pertanyaan

Pernyataan	Nilai pertanyaan
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2012

3.3 Populasi dan sampel

a. Populasi

Menurut sugiyono, seorang ahli statistik mengatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Mengingat populasi yang diteliti jumlahnya banyak dan adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, maka dalam memperoleh data untuk penelitian ini digunakan cara sampling, dimana penelitian tidak dikenakan pada semua obyek, tetapi hanya sebagian obyek. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen pada CV Tri Jaya Catering Pekanbaru.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2002:73).

Penulis menggunakan rumus slovin (Umar,2005:78), dengan metode *purposive sampling*, dimana pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Umar,2005:92).

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Error

Sehingga:

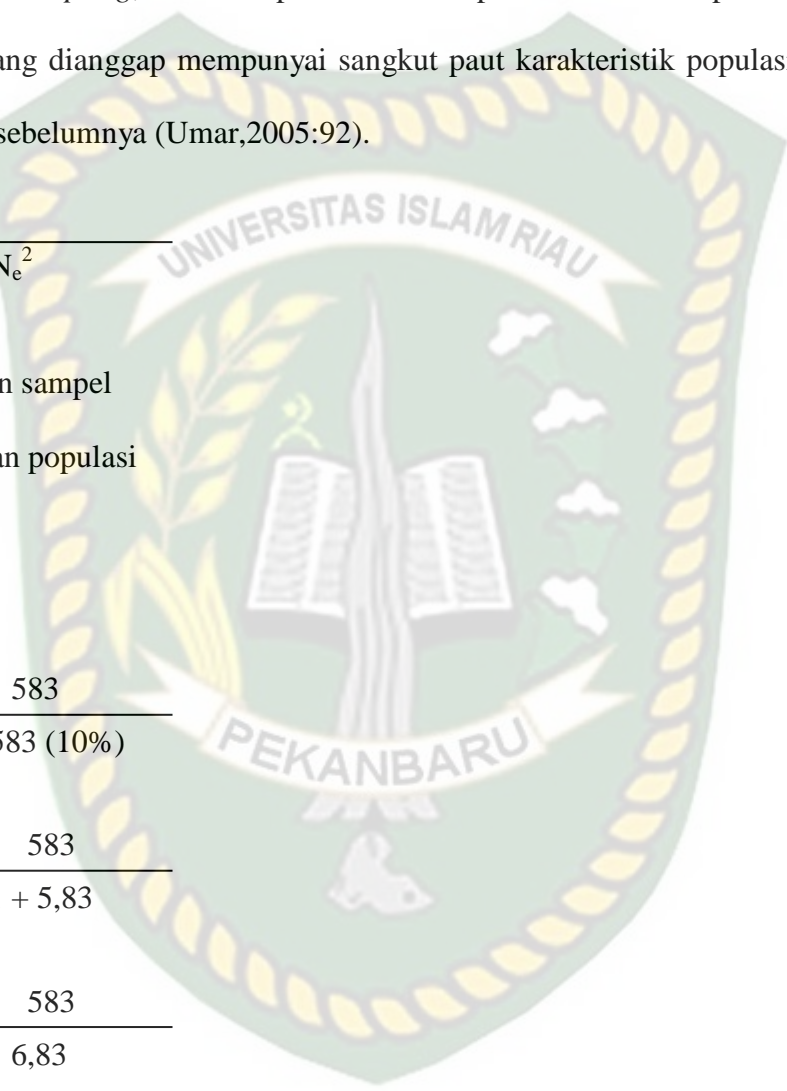
$$n = \frac{583}{1 + 583 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{583}{1 + 5,83}$$

$$n = \frac{583}{6,83}$$

$$n = 85,358 \text{ (86 Orang)}$$

Sampel yang diambil adalah sebagian konsumen dari bagian tahun terakhir pada CV Tri Jaya Catering berjumlah 86 orang.



3.4 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang dipakai adalah kuantitatif, data kuantitatif adalah data yang berbentuk data, kalimat serta uraian, skema dan gambar.

b. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yakni data yang belum diolah dan diperoleh secara langsung pada objek penelitian dan keterangan yang di dapatkan dari kuisisioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder yakni data yang diperoleh dari buku-buku, serta perusahaan yang ada hubungan dengan penelitian ini.

3.5 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

- a. Pengamatan langsung yaitu melakukan pengamatan langsung di CV Tri Jaya Catering.
- b. Angket atau kuesioner dapat di lakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya berupa daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada konsumen yang melakukan pembelian pada CV Tri Jaya Catering.

3.6 Teknik Analisis Data

Dari data hasil penelitian yang di kumpulkan, selajutnya di lakukan analisis terhadap masalah yang di hadapi dengan menggunakan metode analisis sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkap suatu yang akan di ukur oleh kuosioner tersebut. Uji validitas ini di lakukan kepada 86 responden diluar dari pada sampel.

b. Uji Realiabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok atau subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek dalam diri kelompok atau subyek yang diukur belum berubah. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *alpha cronbach's* dengan nilai diatas 0,60. Hasil penelitian reliabel apa bila *alpha cronbach's* (α) > 0.60.

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan menguji apakan dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas jika variabel bebas

berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas = 0. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation Factor (VIF). Menurut Imam Ghozali (2005), cara mendeteksi terhadap adanya multikolinieritas dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a. Besarnya variabel inflation faktor (VIF), pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu $VIF > 10$.
 - b. Besarnya Tolerance pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu nilai tolerance $< 0,10$.
2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda heteroskedastisitas (Ghozali, 2005). Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun cara mendeteksi ada atau tidak adanya heteroskedastisitas digunakan program SPSS dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel tersebut dengan residualnya. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot dengan dasar analisis (Ghozali, 2005).

- a. Jika ada pola tersebut seperti titik-titik yang ada membentuk pola tersebut yang teratur maka mengidentifikasi terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik memnyebar diatas dan dibawah angka 0 pada Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan prngujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Maksud dengan diei sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya maupun nilai sesudahnya. Cara mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin-Warson (DW test). Uji menyatakan adanya konstanta dalam regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi.

d. Analisis Regresi linear Berganda

Untuk menganalisis pengaruh X_1 (Produk), X_2 (Harga), dan X_3 (Promosi) terhadap Variabel Y (Keputusan pembelian) maka digunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y= keputusan pembelian

β_0 = konstanta

β_1 = Koefisien regresi untuk variabel produk

β_2 = Koefisien regresi untuk variable harga

β_3 = Koefisien Regresi untuk variabel promosi

X_1 = Produk

X_2 = Harga

X_3 = Promosi

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 22.

e. Koefisien Korelasi (r)

Koefisien korelasi ialah pengukuran statistik kovarian atau asosiasi antara dua variabel. Besarnya koefisien korelasi berkisar antara +1 s/d -1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*Strength*) hubungan linear dan arah hubungan dua variabel acak. Jika koefisien korelasi positif, maka kedua variabel mempunyai hubungan searah. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan tinggi pula. Sebaliknya, jika koefisien korelasi negatif, maka kedua variabel mempunyai hubungan terbalik. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan menjadi rendah.

f. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen yang ditunjukkan dengan R Square dalam Model Summary yang dihasilkan oleh program SPSS, dimana nilai koefisien determinasi ini terjadi antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R < 1$. Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya.

3.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Parsial (*uji t*)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi variabel independen. Jika nilai probability t lebih besar dari 0,05 maka tidak ada berpengaruh dari variabel independen terhadap dependen (*koefisien regresi tidak signifikan*) sedangkan jika nilai probability t lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap dependen (*koefisien regresi signifikan*), (Ghozali, 2011:98).

2. Uji simultan (*uji f*)

Uji statistik f menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat untuk mengambil keputusan hipotesis diterima atau ditolak dengan membandingkan tingkat signifikansi (*alpha*) sebesar 5 % (0,05). Jika nilai probability f lebih besar dari 0,05 maka model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen dengan kata lain variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh (Ghozali, 11:84).