

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif demi menghasilkan penelitian yang bersifat kausalitas dalam penelitian ini (Sugiyono, 2014), yang dimana sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada J.Co *Donuts & Coffee*. Menurut Sugiyono (2014), asosiatif kausal adalah rumusan masalah dalam penelitian yang memiliki sifat mempertanyakan hubungan antar dua variabel maupun lebih. Dimana dari penelitian akan dapat dirangkai sebuah teori untuk menjelaskan, memprediksi, dan mengendalikan permasalahan. Sedangkan, hubungan kausal merupakan hubungan antara sebab dan akibat, dimana salah satu variabel bebas mempengaruhi variabel terikat dan lainnya.

Dalam penelitian ini terdapat data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2017), sumber primer adalah sumber yang didapat langsung dari pihak yang bersangkutan atau tangan pertama kepada pihak pengumpul data ialah data yang dikumpulkan melalui perantara atau dari pihak lain, seperti dokumen, penelitian terdahulu, dan sebagainya. Data primer dan sekunder pada penelitian ini didapatkan dari hasil pengisian kuesioner atau angket yang dilakukan oleh seluruh responden yang telah dipilih, yakni konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian produk J.Co *Donuts & Coffee* di Jogja City Mall Yogyakarta. Sedangkan, data sekunder diperoleh dari hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas produk dan

harga terhadap keputusan pembelian konsumen di J.Co *Donuts & Coffee*.

### 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

#### 3.2.1 Tempat Penelitian

Penyusunan dan pelaksanaan dilakukan pada usaha J.Co *Donuts & Coffee* di Jogja City Mall Yogyakarta yang beralamat di Jalan Magelang 6 No. 18, Kutu Patran, Sinduadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. J.CO *Donuts & Coffee* adalah salah satu waralaba lokal restoran cepat saji yang saat ini diminati masyarakat.

#### 3.2.2 Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian direncanakan dari bulan Desember 2022 sampai dengan Januari 2023. Rincian waktu penelitian disajikan sebagai berikut :

Tabel 3. 1

#### Waktu Penelitian

Keterangan	Tahun 2022-2023			
	Oktober	November	Desember	Januari
Penyusunan proposal penelitian				
Seminar proposal				
Pengambilan sampel data				
Pengolahan data				
Penyusunan Pembahasan				
Sidang skripsi				
Pendaftaran Yudisium				

### 3.3 Operasional Variabel Penelitian

#### 3.3.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa variabel yang terbagi menjadi dua variabel seperti yang tertera dibawah ini :

1. Variabel Independen (X)

Variabel X penelitian ini yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2)

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel Y penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian Konsumen.

#### 3.3.2 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2015), Pengertian definisi operasional dalam variabel penelitian adalah atribut atau sifat atau nilai dari suatu objek atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang telah diidentifikasi oleh peneliti untuk penelitian dan kemudian disimpulkan. Berikut dibawah ini ialah batasan operasional yang digunakan untuk menjalankan variabel-variabel yang akan diteliti oleh penulis. Hal ini dimaksudkan agar tidak terdapat kesalahan mengenai variabel yang akan diteliti atau diuji oleh penulis.

**Tabel 3. 2**  
**Devinisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Kualitas Produk (X1)	Kualitas Produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bentuk</li> <li>2. Fitur</li> <li>3. Kesesuaian</li> <li>4. Daya Tahan</li> </ol>	

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
	seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk dengan kualitas produk yang ditawarkan.	5. Keindahan	Skala Likert
Harga (X2)	Persepsi Harga adalah bagaimana konsumen memandang harga tertentu baik tinggi, rendah, wajar, yang mempunyai pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga 3. Daya saing harga	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian.	1. Perhatian 2. Ketertarikan 3. Keinginan 4. Tindakan	Skala Likert

**Sumber:** David Garvin (Tjiptono, 2016)

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas serta ciri tertentu yang ditetapkan sang peneliti untuk dipelajari serta lalu ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini ialah

konsumen dari J.Co *Donuts & Coffee* yang ada di Jogja City Mall Yogyakarta.

### 3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Yogyakarta yang datang dan membeli produk J.Co Donuts & Coffee di Jogja City Mall Yogyakarta selama masa penelitian. Dalam penelitian ini digunakan sampel yaitu beberapa responden yang sesuai kriteria yang sudah ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Sedangkan untuk menghitung jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Lemeshow, (1997). Penulis memilih rumus ini karena jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti. Berikut rumus Lemeshow (1997) :

#### ***Rumus Menghitung Sampel***

$$n = \frac{Z^2 p(1-P)}{d^2}$$

**Sumber:** Levy, P. S., & Lemeshow, S. (2013).

Keterangan :

n = total sampel

z = nilai tabel normal dengan alpha tertentu (1,96)

p = fokus kasus (50%) / 0,5 d = alpha (0.05) atau 5% dari tingkat keyakinan

95% digunakan dalam sebuah penelitian

### Perhitungan Jumlah Sampel dengan Rumus Lemeshow

$$n = \frac{Z^2 p(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 (1-0,5)}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas, maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96,04 responden, atau yang dibulatkan menjadi 100 responden.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket atau kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2017), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan penyajian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Penulis menyebarkan kuesioner ini dalam bentuk *google form* yang disajikan dalam bentuk *barcode*, kemudian disebarkan kepada masyarakat Yogyakarta yang sudah pernah membeli produk dari *J.Co Donuts & Coffee* di Jogja City Mall Yogyakarta baik secara online dan offline (*hardcopy*).

Penulis menyebarkan *barcode* kuesioner secara langsung kepada pengunjung yang membeli produk *J.Co Donuts & Coffee* di Jogja City Mall Yogyakarta.

Menurut Sugiyono (2017), skala likert digunakan untuk menyesuaikan perilaku, pendapat serta persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. menggunakan skala likert, variabel yang akan diukur diubah sebagai indikator variabel dimana responden menentukan jawaban dengan mengikuti pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya melalui indikator yang telah ditentukan. Respon untuk setiap indikator instrumen yang menggunakan skala likert memiliki hierarki berasal nilai tertinggi hingga nilai terendah. Pada Penelitian ini, jawaban responden diberi bobot sebagai berikut :

**Tabel 3. 3**  
**Bobot Skala Likert**

No	Keterangan	Bobot
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Netral	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

### 3.6 Teknik Analisis Data

#### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (dalam Sagala, R. M. 2019) mengatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara

mendeskripsikan atau menggambarkan obyek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Terdapat tiga hal yang disajikan dalam analisis deskriptif yang meliputi:

1. Analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari usia, pendidikan, dan penghasilan.
2. Data ini kemudian diolah menggunakan analisis deskripsi statistik sehingga diperoleh nilai maksimal, nilai minimal, nilai mean, dan standar deviasi.
3. Analisis ini juga menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan. Pada bagian ini penyusun akan menganalisa data tersebut satu persatu yang didasarkan pada jawaban responden yang dihimpun berdasarkan koesioner yang telah diisi oleh responden selama penelitian berlangsung.

### **3.6.2 Uji Validitas**

Mnurut Sugiono (2013) Uji Validitas digunakan untuk menguji apakah ada pertanyaan pada suatu kuesioner yang harus diganti atau dibuang. Metode yang digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas kuesioner adalah :

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dinyatakan valid.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dinyatakan tidak valid.



### 3.6.3 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiono (2013) uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan yang diberikan konsisten atau stabil. Suatu konstruktor atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* yang  $> 0,60$  menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen. Jika nilai *Cronbach's Alpha* yang  $< 0,60$  menunjukkan kurang handalnya instrumen.

### 3.6.4 Uji Normalitas

Menurut Ghozali, (2016) Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika data menyebar sekitar garis normal dan mengikuti arah garis diagonal grafik, maka hal ini ditunjukkan pada distribusi normal sehingga model persamaan regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal grafik maka hal ini tidak menunjukkan pola distribusi normal sehingga persamaan regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.6.5 Analisis Regresi Berganda

Dalam Sugiono, (2013) regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variabel dependen

dengan masing-masing prediktornya. Berdasarkan adanya regresi berganda ini, kemudian dihitung besarnya koefisien korelasi secara keseluruhan (R) dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang merupakan bagian dari variasi total dalam variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas secara bersama-sama. Korelasi multiple digunakan untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara keseluruhan variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dengan variabel terikat (Y).

Adapun persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

$X_1$  &  $X_2$  = Variabel independen

a = konstanta

b = koefisien regresi

### 3.6.6 Uji Parsial (Uji t)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013:98). Pengaruh variabel penjelas (variabel  $X_1$  dan  $X_2$ ) secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Menurut Ghozali (2013:98) dasar pengambilan keputusan menggunakan salah satu dari cara berikut:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $sig = 0,05$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_1$  ditolak, artinya kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Jika  $t_{hitung} = 0,05$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_1$  ditolak, artinya kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### 3.6.7 Uji Simultan (Uji F)

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap variabel terikat, yaitu Keputusan Pembelian (Y), (Ghozali, 2018). Uji statistik F pada dasarnya dilakukan untuk menguji apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau terikat. Pengujian ini dilakukan dengan uji F pada tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan analisis 5%. Menurut Ghozali, (2018) dasar pengambilan keputusan yaitu:

1. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, maka variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak, maka variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

### 3.6.8 Uji Determinansi Koefisien ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variabel bebasnya. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai koefisien yang mendekati nol berarti kemampuan variabel bebas dalam menjalankan variabel terikat sangat terbatas atau berpengaruh kecil. Nilai koefisien yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan variabel terikat atau berpengaruh besar. (Khairani, L. *et al*, 2019).