

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain penelitian

Rencana penelitian adalah strategi dalam mengidentifikasi permasalahan sebelum perancangan akhir pengumpulan data (Nursalam,2020). Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada pengumpulan dan analisis angka untuk menjelaskan dan mengendalikan fenomena yang menarik. Penelitian kuantitatif mengungkapkan pentingnya hubungan antar variabel. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei deskriptif. Penelitian survei deskriptif merupakan proses penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang dikirimkan kepada responden. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui keadaan dan kondisi yang hasilnya disajikan dalam bentuk laporan (Arikunto, 2019).

3.2 Lokasi dan waktu penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di Dunkin Donuts yang berada di Ramai Mall Malioboro Yogyakarta yang beralamatkan di Jl. Jend. Ahmad Yani No. 73, Ngupasan, Kec, Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Karena konsumen yang

membeli produk Dunkin Donuts di Ramai Mall Malioboro merasa puas dengan kualitas produk Dunkin Donuts di lokasi ini karena harga terjangkau, pelayanan sesuai kebutuhan dan rasa yang beragam, maka banyak konsumen yang membeli produk Dunkin Donuts.

2. Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan waktu yang dijadwalkan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan/Tahun 2023					
		Febru ari - Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Pengajuan judul						
2.	Bab I						
3.	Bab II - III						
4.	Seminar Proposal						
5.	Revisi						
6.	Penelitian dan pengumpulan data						
7.	Penyusunan Skripsi						
8.	Sidang Skripsi						

3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah sifat, nilai atau segala bentuk dan hal yang peneliti putuskan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Firmansyah, 2020). Definisi operasional adalah

definisi variabel yang didasarkan pada konsep teoritis tetapi bersifat operasional sehingga variabel tersebut dapat diukur atau diuji baik oleh peneliti maupun non peneliti. Variabel operasional adalah semua variabel yang peneliti pilih untuk diteliti guna memperoleh informasi tentang hasil penelitian dan kemudian menarik kesimpulan berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel didefinisikan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Kualitas Produk	Kualitas produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan, baik itu kondisi fisik, fungsi dan keistimewaan produk, maupun barang dan jasa berbasis kualitas yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Nurhafifah, 2020).	Menurut Gaspersz (2020), indikator kualitas produk terbagi sebagai berikut: a. Kinerja b. Keandalan c. Fitur d. Daya Tahan e. Konsisten f. Desain	Skala Likert
2.	Persepsi Harga	Menurut Afwan (2019), persepsi harga adalah penilaian	Kotler dan Armstrong (2019) berpendapat bahwa persepsi harga dicirikan	Skala Likert

		konsumen terhadap harga produk yang ditawarkan	oleh empat ukuran, yaitu: a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian persepsi harga c. Kesesuaian persepsi harga dengan kualitas produk d. Persepsi harga berdasarkan kapasitas atau daya saing harga	
3.	Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen adalah perasaan yang dimiliki konsumen, apakah senang atau sedih terhadap produk yang diterimanya dan apakah produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Suwinto, 2021).	Menurut Kotler dan Armstrong (2020), indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut: a. Kebutuhan dan keinginan b. Pengetahuan sebelumnya c. Pengalaman teman-teman d. Komunikasi melalui Iklan dan Pengalaman.	Skala Likert
4.	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian merupakan keputusan yang mengharuskan konsumen untuk membeli suatu produk sesuai dengan	Menurut Kotler dan Armstrong (2020), indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut: a. Keputusan tentang jenis produk b. Keputusan tentang bentuk	Skala Likert

		kriteria tertentu. (Mangkunegara, 2019)	produk c. Keputusan tentang label d. Keputusan untuk menjual e. Keputusan tentang jumlah produk	
--	--	---	--	--

3.4 Populasi dan sampel

1. Populasi

Menurut Handyaan (2020), populasi adalah penjumlahan dari setiap objek yang diteliti yang memiliki ciri-ciri yang sama, dapat berupa individu, kelompok, peristiwa atau sesuatu yang diteliti. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli Dunkin Donuts di Ramai Mall Malioboro.

2. Sampel

Menurut Handayani (2020), teknik pengambilan sampel atau yang biasa dikenal dengan teknik sampling adalah proses pemilihan beberapa item dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel dan memahami berbagai karakteristik atau karakteristik dari subjek yang dijadikan sampel, kemudian digeneralisasikan ke elemen populasi. Jika populasi terlalu besar dan tidak dapat dijangkau secara keseluruhan karena alasan waktu dan sumber daya manusia, maka diambil sampel sehingga diambil sampel yang dapat mewakili seluruh anggota populasi.

Peneliti menggunakan metode *non-probability-based sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan kedua kepada setiap item atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel (Richard, 2019). Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah pengunjung Dunkin Donuts setiap harinya di Ramai Mall Malioboro, sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu pengambilan sampel dengan aspek atau kriteria tertentu. Responden terpilih adalah pelanggan yang mengunjungi Dunkin Donuts dan membeli produk Dunkin Donuts.

Dalam penelitian ini kuesioner akan diberikan kepada konsumen yang membeli produk dari Dunkin Donuts Ramai Mall Malioboro, jenis kelamin laki-laki dan perempuan bervariasi antara usia 17 hingga 50 tahun, karena dianggap batas usia minimum sudah dapat memahami semua pertanyaan yang dimasukkan dalam survei. Selanjutnya, mengenai jumlah kecukupan sampel yang disyaratkan, pada umumnya dalam penelitian ini peneliti tidak akan mengambil sampel yang kurang dari 50 dan sebaiknya pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah lebih dari 100 orang (Hair et al., 2014). Maka, berdasarkan hal tersebut dalam penelitian ini menargetkan minimal 101 jumlah responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Primer

Menurut Sugiyono (2019), sumber primer adalah sumber data yang secara langsung menyediakan data untuk pengumpulan data. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada subjek penelitian untuk diisi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data primer dengan menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada beberapa responden (Sujarweni, 2020).

2. Sumber Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak secara langsung menyediakan data untuk pengumpulan data. Data sekunder diperoleh dari sumber pendukung penelitian antara lain dokumentasi dan literatur (Sugiyono, 2019). Menggunakan data sekunder dalam penelitian ini dapat membantu peneliti menghemat waktu, tenaga dan biaya dalam pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan sumber data dari pihak ketiga yaitu Dunkin Donuts di Ramai Mall Malioboro untuk menentukan jumlah populasi.

3.6 Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk

memberikan atau menggambarkan keadaan atau nilai dari satu atau lebih variabel tanpa membandingkan variabel itu sendiri (Sukmadinata, 2020). Selain itu, menurut Creswell (2019), analisis deskriptif merupakan produk penelitian yang paling rendah dibandingkan dengan penelitian lain yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang fenomena alam atau fenomena yang disebabkan oleh orang lain.

2. Uji Validitas

Validitas adalah alat yang menunjukkan ketepatan dan kesesuaian objek dan data yang dikumpulkan. Menurut (Sinambela, 2020), uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan sudah valid. Sebuah survei dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan dapat menjelaskan secara rinci subjek atau topik yang diukur dengan kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung tabel untuk *degree of freedom* ($df = n-2$ ($n =$ jumlah data responden) dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan maka jumlah sampel, dan $\alpha = 0,05$. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 26 dan uji validitas dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Untuk menentukan item yang digunakan tersebut layak atau tidak yaitu sebagai berikut:

- a. .Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, kuesioner dinyatakan valid
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, kuesioner dinyatakan tidak valid

Untuk menghitung uji validitas dapat menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan

r = koefisien korelasi x = jumlah skor item

y = jumlah total skor seluruh item n = banyaknya responden

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas tes mengacu pada sejauh mana pengukuran suatu tes tetap konsisten setelah diulangi oleh subjek dan peneliti yang sama. Uji reliabilitas menentukan konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan handal dan tetap konsisten meskipun dilakukan pengukuran berulang kali. Menurut Sugiyono (2020), uji reliabilitas adalah seberapa banyak pengukuran pada objek yang sama memberikan data yang sama. Uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach alpha* yaitu metode yang mengkorelasikan skor total pernyataan bernomor genap dengan skor total pernyataan bernomor ganjil, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *Spearman-Brown*. Variabel yang dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* > 0,60 (Ghozali, 2020). Dalam uji reliabilitas pengambilan keputusan didasarkan pada :

- a. Apabila variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60
- b. Apabila variabel dikatakan tidak reliabel jika memberikan

$$r = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right)$$

nilai *cronbach alpha* <0,60

Rumus cronbach alpha:

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas

n : Jumlah pertanyaan yang diuji

$t \sum \sigma^2$: Jumlah varian skor

$t \sigma^2$: Jumlah varians

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2019:92) Uji normalitas menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Suatu persamaan regresi dianggap baik bila memuat data variabel bebas dan data variabel terikat yang berdistribusi normal hampir atau sempurna. Salah satu cara untuk mengetahui apakah data terpengaruh secara normal adalah dengan menggunakan uji statistik *nonparametrik* menggunakan teknik satu sampel *Kolmogorov-Smirnov*. (1- K-S). Apabila hasil menunjukkan nilai signifikansi 0,05 atau 5% maka variabel penelitian berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi Ghazali (2019). Jika

varian dari residual tidak berubah dari observasi ke observasi, maka disebut homoskedastisitas, jika berubah disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah model yang tidak menunjukkan heteroskedastisitas saat menggunakan *uji Glejser*, yang mengalami regresi pada nilai absolut residual dari variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan dalam *tes Glejser* adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi $<0,05$ maka data terjadi heteroskedastisitas

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolinearitas digunakan untuk menguji model regresi terhadap korelasi atau hubungan antar variabel (independen). Model regresi yang dapat digunakan ketika tidak ada korelasi antara variabel independen (independen). Uji multikolinearitas dilihat dari nilai tolerance dari nilai variance inflation factor (VIF). Batasan umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas, yaitu nilai $VIF \geq 10$ dan nilai *Tolerance* $\leq 0,10$.

5. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2019), analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini

menggunakan program aplikasi SPSS yang memiliki beberapa model regresi linier dengan rumus: $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$

Keterangan :

Y: Keputusan pembelian

α : Konstanta

b_1 : Koefisien variabel independen

X_1 : Kualitas produk

X_2 : Persepsi harga

X_3 : Kepuasan konsumen

6. Uji hipotesis

Hipotesis dapat dilakukan dengan cara:

a. Uji t

Dengan pengujian hipotesis dalam penelitian ini dengan pengujian (uji-t) dan pengujian hipotesis ini, penulis memutuskan bahwa mereka akan menggunakan uji signifikan untuk menetapkan hipotesis dan hipotesis alternatif. Menurut Ghozali (2019), uji-t digunakan untuk menguji secara parsial pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen. Untuk melakukan uji t yaitu dengan mengamati jumlah *degree of*

freedom (df). Jika jumlah (df) 2 atau lebih serta tingkat signifikansi 5% (0,05) maka, H_0 dapat ditolak apabila nilai t lebih besar dari 2. Kemudian membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung $>$ t tabel maka menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel dependen dan variabel independen.

- 1) Jika nilai signifikansi $>$ 0,05 artinya hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak diterima) variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikan $<$ 0,05 artinya hipotesis diterima (koefisien regresi diterima) variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

b. Uji F

Uji f bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara bersama sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). uji f dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh secara keseluruhan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Cara untuk melakukan uji f yaitu membandingkan nilai f hasil perhitungan dengan nilai f menurut tabel. Jika f hitung $>$ f tabel maka, H_0 ditolak dengan H_a diterima.

- 1) Jika nilai signifikansi $F >$ 0,05 maka H_0 diterima, artinya

secara simultan variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2) Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independent tersebut mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel variabel independen yang memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan, persepsi risiko dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara parsial. Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) secara parsial maupun berganda akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus: $KD = r^2 \times 100\%$

Keterangan:

KD: Koefisien Determinasi

r : Koefisien Korelasi