

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan di Restoran Ayam Sambal Pelakor yang terletak di Jalan Veteran III (Tapos) Banjarsari Ciawi-Bogor. Pelaksanaan penelitian berlangsung selama 6 (Enam) bulan yang dimulai dengan kegiatan observasi lapangan pada bulan Maret 2022, dilanjutkan dengan pengajuan izin penelitian, persiapan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data dan evaluasi, penulisan laporan serta seminar hasil penelitian yang dilaksanakan pada bulan agustus 2022. Adapun agenda kegiatan penelitian secara lengkap mulai dari awal hingga akhir dapat dilihat dari Tabel 3.1. dibawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal	■																							
2	Pengajuan izin		■																						
3	Persiapan penelitian			■	■																				
4	Pengumpulan data					■	■	■	■	■	■	■	■												
5	Pengolahan data													■											
6	Analisis dan evaluasi														■	■									
7	Penulisan laporan															■	■	■	■	■	■				
8	Seminar hasil																						■	■	■

Sumber : Rencana Penelitian (2022)

3.2. Jenis dan metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivism. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

penelitian survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi.

Maksud penelitian survei untuk penjagaan (*explorative*), deskriptif, penjelasan (*explanatory* atau *confirmatory*), evaluasi, prediksi atau peramalan, penelitian operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan). Namun peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2020:6).

3.3. Populasi dan sampel

1.3.1. Populasi

Salah satu ahli yaitu Sugiyono (2020:80) mengatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek dan benda-benda alam yang lain.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang datang ke Restoran Ayam Sambal Pelakaor Indah Bogor. Jumlah pelanggan yang datang setiap bulannya minimal diperkirakan sekitar 2.500 orang. Oleh sebab itu dalam penelitian penulis menggunakan angka 2.500 tersebut sebagai populasi penelitian.

1.3.2. Sampel

Berdasarkan pengertian populasi di atas, beberapa ahli banyak yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Menurut Sugiyono (2020:81) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang di ambil dari populasi harus betul- betul refresentatif (mewakili). Atas dasar penjelasan tersebut

dapat diketahui bahwa sampel adalah bagian yang mewakili suatu populasi. Berdasarkan jumlah populasi yang berjumlah kurang lebih 2.500 penulis menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang dikenal dengan istilah rumus Slovin, sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

d2 = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Sumber: Sujarweni (2020:66)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{2.500}{2.500 \times (0.1)^2 + 1} = 96,1 \text{ (dibulatkan menjadi 100 responden)}$$

Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, maka penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020:85) dan menggunakan teknik pengambilan sampel *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2020:85). Oleh sebab itu peneliti tidak menentukan siapa yang akan dijadikan responden, melainkan sampel diambil secara acak yang dipandang sesuai untuk digunakan sebagai sumber data serta memenuhi minimal 3 kriteria, sebagai berikut:

1. Terlihat nyaman saat berada di Restoran Ayam Sambal Pelakor
2. Yang sudah pernah datang dan melakukan pembelian baik Makanan maupun cemilan di Restoran Ayam Sambal Pelakor.
3. Responden adalah pelanggan Restoran Ayam Sambal Pelakor yang melakukan pembelian sendiri bukan karena suruhan orang lain.

3.4. Teknik pengambilan data

Sugiyono (2020:137) menyatakan bahwa terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Teknik pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan data-data yang sesuai dan dibutuhkan dalam penelitian. Metode data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dimana data dikumpulkan berdasarkan atas jawaban pertanyaan-pertanyaan tertulis oleh responden.

3.5. Devinisi Operasional Variabel

Kidder dalam Sugiyono (2020:39) menyatakan bahwa variabel adalah suatu kualitas dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Disisi lain dikatakan bahwa definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dengan demikian maka penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

2.5.1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas yaitu Bauran Pemasaran (X) . Sutrisno (2018:259) Bauran pemasaran merupakan konsep alat pemasaran untuk dapat mengembangkan strategi dengan terkendali yang dipadukan oleh perusahaan untuk dapat menarik konsumen yang sudah menjadi sasaran pasar. Dengan indikator sebagai berikut :

1. Produk
2. Harga
3. Tempat
4. Promosi

2.5.2. Variabel Dependen

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Pada penelitian ini variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini digunakan keputusan pembelian (Y). Kotler dan Keller dalam Saepurahman (2021:24) mengemukakan bahwa keputusan pembelian yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Kemudian diterjemahkan menjadi indikator dalam penelitian ini, yaitu:

1. Keputusan tentang waktu pembelian
2. Keputusan tentang jenis produk
3. Keputusan tentang merek
4. Keputusan tentang penjualan
5. Keputusan tentang jumlah pembelian

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Bauran Pemasaran (X)	Bauran pemasaran merupakan konsep alat pemasaran untuk dapat mengembangkan strategi dengan terkendali yang dipadukan oleh perusahaan untuk dapat menarik konsumen yang sudah menjadi sasaran pasar. Sutrisno (2018:259)	1. Produk 2. Harga 3. Tempat 4. Promosi Sutrisno (2018:259)	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka Kotler dan Keller dalam Saepurahman (2021:24)	1. Keputusan tentang waktu pembelian 2. Keputusan tentang jenis produk 3. Keputusan tentang merek 4. Keputusan tentang penjualan 5. Keputusan tentang jumlah pembelian Dharmesta (2018: 102-103)	Skala Likert

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan. Sebelum mengambil kesimpulan tentunya data yang sudah dikumpulkan akan dilakukan berbagai uji terlebih

dahulu. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya dapat diketahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependennya. Dalam penelitian ini, teknis analisis data yang digunakan oleh penulis adalah analisis regresi linear sederhana

3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran

Seperti telah disampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini nanti akan digunakan kuesioner. Adapun penilaiannya dengan menggunakan Skala Likert, dimana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, seperti:

1. Sangat Setuju (Skor 5)
2. Setuju (Skor 4)
3. Netral (Skor 3)
4. Tidak Setuju (Skor 2)
5. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan. Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran.

Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompok-kelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut. Angka penafsiran menjadi sangat penting karena angka tersebut akan digunakan untuk menafsirkan apa yang ada dalam benak pikiran responden menjadi sebuah angka-angka untuk kemudian dilakukan pengolahan data hingga menghasilkan sebuah kesimpulan.

Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran. Perhitungan tersebut dapat dilihat seperti pada Tabel 3.3 di bawah ini.

$$\begin{aligned}
 \text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\
 &= (5 - 1) / 5 \\
 &= 0,80
 \end{aligned}$$

Tabel 3.3. Angka Penafsiran

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2022 (Data diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah:

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan:

- M = Angka penafsiran
- f = Frekuensi jawaban
- x = Skala nilai
- n = Jumlah seluruh jawaban

3.6.2 Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier sederhana yaitu model probabilistik yang menyatakan hubungan linier antara dua variabel dimana salah satu variabel dinggap memengaruhi variabel yang lain. Variabel yang mempengaruhi dinamakan variabel independen dan variabel yang dipengaruhi dinamakan variabel dependen (Suyono, 2018:5). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

- a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
- b = Koefisien regresi (konstanta) X
- X = Variabel bebas (Bauran Pemasaran)
- e = Standar error

Sumber: Suyono (2018:5)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier sederhana tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Metode yang dapat digunakan adalah metode *enter*, *stepwise*, *backward*, serta *forward* (Situmorang, et. al dalam Desy 2020:39). Khusus penelitian ini penulis akan menggunakan metode *enter*.

3.6.3 Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan *reliabel* atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas (Sujarweni, 2020:83) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas dengan rumus *pearson product moment*". Adalah :

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

- R_{hitung} = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat
- $\sum X_1$ = Jumlah skor item

$\sum Y_i$ = Jumlah skor total (sebuah item)

N = Jumlah responden

Sumber: Sujawerni (2020:83)

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan manual dengan rumus diatas melainkan dengan *Statistical Program For Social Sciene* (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya pernyataan maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item Total Correlation* pada tabel *Item Total Statistic* (Sujarweni, 2020:83).

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas merupakan ukuran suatu kesetabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu varibael dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner (Sujarweni, 2020:85). Butir pernyataan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bawa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya.

Butir pernyataan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliabel*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah variabel skor setiap item

S_t = Varians total

k = banyaknya butir pertanyaan

Sumber: Sujarweni (2020:86)

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program*

for Social Science (SPSS).

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda khususnya yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi: (1) Uji normalitas, (2) Uji multikolinieritas, (3) Uji heteroskedastisitas, (4) Uji autokorelasi dan (5) Uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 2 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan program *Statistical Program for Social Science* (SPSS) dengan menggunakan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan Kolmogorov-Smirnov Test. Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan histogram. Bertujuan untuk mengetahui apakah data mengikuti atau mendekati distribusi normal atau mempunyai pola seperti distribusi normal (Supardi, 2017:173).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *studentized delete residual* nilai tersebut. Prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama diantara anggota grup tersebut. Jika varians sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas) dan ini yang seharusnya terjadi. Sedangkan jika varian tidak sama maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas (Priyatno dalam Desy 2020:40).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser ataupun uji park. Namun demikian dalam penelitian ini akan digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* yang dihasilkan SPSS tersebut. Dikatakan

tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik yang ada menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun kiri angka nol sumbu X (Priyatno dalam Desy 2020:40).

3.6.5 Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

1. Koefisien Determinasi (R)

Pengujian koefisien determinasi (R) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R \leq 1$) yang berarti bahwa bila $R = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R) dapat dilihat pada kolom R Square pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikatnya secara individu (parsial). Adapun rumus yang

$$t_{hitung} = \frac{b}{se}$$

digunakan, sebagai berikut:

Keterangan:

t_{hitung} = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar error koefisien regresi X

Sumber: Arikunto dalam Kurniawan dalam Desy (2020:42)

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

a. $H_0 : \beta_1 = 0$

Artinya variabel bebas yang diteliti tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

b. $H_a : \text{minimal satu } \beta_1 \neq 0$

Artinya variabel bebas yang diteliti berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa Bauran Pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Ayam Sambal Pelakor.

2. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa Bauran Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Ayam Sambal Pelakor.