

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Jenis penelitian pada skripsi ini adalah penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sujarweni (2018), adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara satu variabel independen (bebas) yaitu cita rasa (X1) dan promosi (X2) dengan variabel dependen (terikat) yaitu Keputusan pembelian (Y).

#### **3.2. Sumber data**

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sujarweni (2018) Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan sampel. Dalam Penelitian ini data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen janji jiwa kedaton Bandar Lampung.

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini akan digunakan pengumpulan data yaitu dengan Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung kelapangan, dengan maksud untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Data tersebut diperoleh dengan cara:

Kuesioner

pengumpulan data yang dilakukan melalui pengisian kuesioner secara langsung terhadap responden yang telah ditentukan sebagai sampel penelitian. Data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian yaitu

mengenai Keputusan pembelian pada gerai kopi janji jiwa kedaton Bandar Lampung. Untuk menyaring terhadap data tersebut, maka disediakan lima alternatif jawaban dengan masing-masing skor sebagai berikut:

- Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- Jawaban Setuju (S) diberi skor 4
- Jawaban Netral (N) diberi skor 3
- Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut Sujarweni (2019) populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang sudah melakukan pembelian pada gerai Kopi Janji Jiwa Kedaton Bandar Lampung .

#### **3.4.2 Sampel**

Menurut Sugiono (2016), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut karena banyaknya jumlah populasi maka penentuan sampel dilakukan dengan non probability sampling dengan teknik purposive sampling yaitu sampel yang tehnik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus estimasi proporsi. Ada beberapa kriteria sampel yang saya gunakan yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Kriteria Pemilihan Sampel**

| No | Kriteria Pemilihan Sampel  |
|----|--|
| 1  | Usia responden 15 tahun sampai 30 tahun, baik laki-laki maupun perempuan yang sudah pernah membeli produk gerai kopi janji jiwa kedaton Bandar Lampung |
| 2  | Melakukan pembelian minimal 2 kali membeli Produk gerai kopi janji jiwa kedaton Bandar Lampung   |

Penentuan jumlah sampel menurut Hair et.al (2016) bahwa pengambilan jumlah sampel tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jadi jumlah sampel pada penelitian ini adalah : Sampel = jumlah indikator x 10 = 14 x 10 = 140 Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan 140 sampel responden yang dapat mewakili konsumen gerai kopi janji jiwa Kedaton Bandar Lampung.

### **3.5 Variabel Penelitian**

Menurut Sujarweni (2018) variabel penelitian merupakan suatu yang ditetapkan oleh ppenliti berdasarkan penelitian yang akan dilakukan atau suatu atribut obyek yang berdiri dan dalam variabel tersebut terdapat data yang melengkapinya.

#### **3.5.1 Variabel Independen**

Variabel (X) atau Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Sujarweni (2018). Dalam hal ini yang menjadi variabel bebas adalah Cita Rasa (X1) dan Promosi (X2).

#### **3.5.2 Variabel Dependen**

Variabel (Y) dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Sujarweni (2018). Dalam hal ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menurut Andi dalam Sujarweni (2018), merupakan variabel secara operasional dan berdasarkan karakteristik yang diamati sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan observasi atau penukuran secara cermat terhadap suatu objek penelitian. Maka definisi oprasional untuk penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

#### **Definisi Operasional Variabel**

| <b>No</b> | <b>Variable</b> | <b>Definisi Konsep</b>  | <b>Definisi Operasional</b>  | <b>Indikator</b>   | <b>Skala</b> |
|-----------|-----------------|---|--|--|--------------|
| 1.        | Cita Rasa (X1)  | Menurut Drummond KE dan Brefere LM dalam Resky (2021) cita rasa merupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut. | Penilaian seseorang terhadap suatu makanan dimana untuk membedakan dengan makanan lain, baik itu rasa, bentuk serta suhu | 1. Penampakan<br>2. Bau<br>3. Rasa<br>4. Tekstur<br>5. Suhu<br><br>(Wahida dalam Resky 2021) | Interval     |
| 2         | Promosi (X2)    | Rusmini dalam Resky (2021) Promosi merupakan kegiatan didalam bidang pemasaran yang   | Promosi adalah saluran informasi yang bertujuan untuk membuat banyak kalangan mengetahui tempat                          | 1. Pesan Promosi<br>2. Media Promosi<br>3. Waktu Promosi<br>4.                               | Interval     |

|   |                         |  |  |   |          |
|---|-------------------------|--|--|---|----------|
|   |                         | berupa komunikasi yang dilakukan perusahaan pada konsumen yang berisi berita, bujukan, serta berpengaruh pada segala sesuatu yang menyangkut barang dan jasa yang dibuat atau dihasilkan untuk konsumen. | tersebut,dalam hal ini janji jiwa  | Frekuensi Promosi (Kotler Dan Keller Dalam Resky 2021)  |          |
| 3 | Keputusan pembelian (Y) | Tjiptono (2011) dalam Resky (2021) memberi pernyataan sebagai berikut “Proses pengambilan keputusan pembelian merupakan proses yang dimulai dari pengenalan masalah yang dapat dipecahkan melalui        | Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen untuk memilih kebutuhan dan keinginan mereka | 1.Pengendalian masalah<br>2.Pencarian informasi<br>3.Evaluasi alternative<br>4.Keputusan pembelian<br>5.Prilaku pasca pembelian | Interval |

|  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|---|--|
|  |  | <p>pembelian beberapa produk. Untuk keperluan ini, konsumen mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya.</p> |  | <p>(Kotler dan Amstrong dalam Resky 2021)</p> |  |
|--|--|--|--|---|--|

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sujarweni (2018), Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid. Tinggi rendahnya validitas instrumen menggambarkan sejauh mana data yang terkumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuisisioner (angket) yang langsung diberikan kepada 30 konsumen gerai kopi janji jiwa kedaton Bandar Lampung. Metode uji kevalidan yang digunakan adalah *Korelasi Product Moment* dengan kriteria sebagai berikut:

Prosedur pengujian:

1. Bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen valid

Bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tidak valid

2. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).
3. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan probabilitas (sig) dengan  $r_{tabel}$  maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

### **3.7.2 Uji Reliabilitas**

1. Menurut Sujarweni (2018), pengujian ini bertujuan untuk mengetahui suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan suatu dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas. Pengujian realibilitas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).

Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikaitkan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya.

**Tabel 3.3**  
**Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Kolerasi**

| <b>Interval Koefisien</b> | <b>Interprestasi</b> |
|---------------------------|----------------------|
| 0,800 – 1,000             | Tinggi               |
| 0,600 – 0,800             | Cukup                |
| 0,400 – 0,600             | Agak Rendah          |
| 0,200 – 0,400             | Rendah               |
| 0,000 – 0,200             | Sangat Rendah        |

*Sumber : W.Sujarweni (2018)*

### **3.8 Uji Persyaratan Analisis Data**

#### **3.8.1 Uji Normalitas Data**

Menurut Rambat Lutfiando dan Ridho Barmulya Ikhsan (2015, p.134) uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis apakah penyebarannya normal atau tidak, maka kita tidak dapat menggunakan analisis parametric melainkan menggunakan analisis non-parametrik. Namun ada solusi lain jika data tidak berdistribusi normal, yaitu dengan menambah lebih banyak jumlah sampel. Penggunaan uji Kolomogrof-Smirnov atau uji K-S termasuk dalam golongan non-parametrik karena peneliti belum mengetahui apakah data yang digunakan termasuk data parametrik atau bukan. Pada uji K-S data dikatakan normal apabila nilai  $Sign > 0.05$ .

Prosedur pengujian :

1.  $H_0$  : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.  
 $H_a$  : Data berasal dari populasi tidak berdistribusi normal.
2. Apabila nilai  $(sig) < 0.05$  berarti sampel tidak normal.  
Apabila nilai  $(sig) > 0.05$  berarti sampel normal.



3. Pengujian normalitas data melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 20.0)

### 3.8.2 Uji Linieritas

Menurut Santoso dalam Syawaluddin (2019), “Linearitas adalah keadaan di mana hubungan antara variabel dependen dan variabel independen bersifat linear (garis lurus) dalam range variabel independen tertentu.” Ada beberapa uji linieritas yang dapat dilakukan salah satunya dengan *compare means*.

Prosedur pengujian :

1. Ho : model regresi berbentuk linier  
Ha : model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak  
Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* seri 21.0)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier.

### 3.8.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Sujarweni (2018), multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antara variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidak adanya multikolinieritas pada model regresi adalah sebagai berikut :

Prosedur pengujian :

1. Jika nilai VIF  $\geq 10$  maka ada gejala multikolinieritas  
jika nilai VIF  $\leq 10$  maka tidak ada gejala multikolinierita
2. Jika nilai tolerance maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai tolerance  $> 0,1$  maka tidak ada gejala multikolinieritas

3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS 20.0*).
4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig)  $> 0,1$  maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

### **3.9 Metode Analisis Data**

Menurut Sujarweni (2014, p.103), menyatakan bahwa analisis data adalah sebagai upaya data yang sudah tersedia, kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.

#### **3.9.1 Regresi Linier Berganda**

Sujarweni (2018), analisis regresi berganda bertujuan melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linier, dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yang diolah dengan *SPSS 21.0*. Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu cita rasa ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), dan Keputusan pembelian ( $Y$ ) yang mempengaruhi variabel lainnya

### **3.10 Pengujian Hipotesis**

#### **3.10.1 Uji t :**

##### **1. Pengaruh Cita rasa ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ )**

$H_0$  = cita rasa ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) gerai kopi janji jiwa kedaton Bandar Lampung.

$H_a$  = cita rasa ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) gerai kopi janji jiwa kedaton Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak;

Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Kriteria pengabilan keputusan :

Jika nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak;

Jika nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

## 2. Pengaruh Promosi ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

$H_0$  = Promosi ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) gerai kopi janji jiwa Kedaton Bandar Lampung.

$H_a$  = Promosi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) kedai gerai kopi janji jiwa Kedaton Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak;

Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.

Kriteria pengabilan keputusan :

Jika nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak;

Jika nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

### 3.10.2 Uji F

#### Pengaruh cita rasa ( $X_1$ ) dan promosi ( $X_2$ ) Terhadap keputusan pembelian (Y)

$H_0$  = Cita rasa ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) gerai kopi janji jiwa Kedaton Bandar Lampung.

$H_a$  = Cita rasa ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) gerai kopi janji jiwa Kedaton Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:

Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika

nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak

2. Menentukan nilai titik kritis untuk  $F_{\text{tabel}}$  pada  $db_1=k-1$  dan  $db_2 = n-1$
3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:  
Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak;  
Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima
4. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.

