

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian adalah jenis penelitian Kuantitatif. Arikunto (2019) Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Sedangkan, untuk penelitian ini menggunakan metode asosiatif. Arikunto (2019) metode asosiatif merupakan suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan demikian, maka dalam penelitian ini menjelaskan Pengaruh antara Kualitas Produk (X1), dan Kualitas Layanan (X2) dengan variabel *dependen* yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Jenis data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada Konsumen Coffee Shop Tuan Jana.

3.2.1 Data Primer

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Ghazali (2018) Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Dalam hal ini data primer berupa data kuesioner yang ditunjukkan kepada Coffee Shop Tuan Jana .

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara memperoleh data. Peneliti menggunakan metode penelitian lapangan untuk memperoleh data-data yang diperlukan.

3.2.1 Penelitian Lapangan

Firdaus (2017) Penelitian lapangan merupakan mengumpulkan data dengan langsung terjun (survei) pada perusahaan atau institusi yang menjadi objek penelitian, yaitu dengan cara :

a. Penyebaran Kuesioner

Becker (2015) Pengumpulan data sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan (*kuesioner*) yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu. Pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan tertulis berupa kuesioner mengenai Kualitas Produk dan Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian kepada Konsumen *Coffee Shop* Tuan Jana . Skala pengukuran peneliti menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2018) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pilihan dimana setiap item pertanyaan disediakan 5 jawaban. Pengukuran untuk variabel independent dan dependent menggunakan teknik scoring untuk memberikan nilai pada setiap alternatif jawaban sehingga data dapat dihitung. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu :

Tabel 3.1
Perhitungan Menggunakan Tipe Likert

Skala	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiono (2017)

Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

1. SS = Sangat Setuju Skor 5
2. S = Setuju Skor 4
3. N = Netral Skor 3
4. TS = Tidak Setuju Skor 2
5. STS = Sangat Tidak Setuju Skor 1

Berdasarkan skor yang diperoleh dikelompokkan dan menggunakan rumus interval (Sugiyono, 2013: 158).

$$I \frac{(NT - NR)}{K}$$

Keterangan :

N : TNilai Tertinggi

NR : Nilai Terendah

K : Kategori

I : Interval

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono.2013).populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari,tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subjek/objek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah *Coffee Shop* Tuan Jana yang berjumlah 65 Konsumen/Pelanggan.

3.3.2 Sampel

Suliyanto (2018), sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diuji karakteristiknya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *non probability sampling*. Untuk menentukan jumlah sampel maka peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Menurut Suliyanto (2018), *purposive sampling* adalah pemilihan sampel dengan berdasarkan pada kriteriakriteria tertentu, yang dimaksudkan agar dapat memberikan informasi yang maksimal. Sampel penelitian ini adalah Konsumen/pelanggan *Coffee Shop* Tuan Jana di Bandar Lampung.

3.4 Variabel Penelitian

Riyanto (2020) 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.

3.4.1 Variabel Bebas/*Independent*

(Rayadin 2016) Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab besar kecilnya nilai variabel yang lain. Penelitian ini variabel bebas adalah Kualitas Produk sebagai X1 dan Kualitas Layanan sebagai X2.

3.4.2 Variabel Terikat/*Dependent*

variabel terikat adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variasi variabel bebas. Penelitian ini yang akan menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian sebagai Y.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Pujaastawa (2016) adalah terdiri dari upaya mereduksi konsep dari tingkat abstraksi (tidak jelas) menuju ke tingkat yang lebih konkret, dengan jalan merinci atau memecah menjadi dimensi kemudian elemen, diikuti dengan upaya menjawab pertanyaan – pertanyaan apa yang terkait dengan elemen – elemen, dimensi dari suatu konsep.

Tabel 3.2
Operational Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
-----------------	------------------------	-----------------------------	------------------	--------------

<p>Produk (X1)</p>	<p>Produk menurut Kotler (2012) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk-produk yang ditawarkan tersebut meliputi barang fisik, jasa orang, tempat, organisasi dan gagasan.</p>	<p>Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi Pasa sebagai pemenuh kebutuhan dan Keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan tersebut meliputi barang fisik, jasa, tempat, organisasi, dan ide.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk Utama/inti 2. Produk <i>generic</i> 3. Produk harapan 4. Produk pelengkap 5. Produk Potensial 	<p>Interval</p>
<p>Kualitas Layanan (X2)</p>	<p>Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan</p>	<p>Kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan Berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler,) dalam Hamdani (2010).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Reliability</i> (Keandalan) 2. <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan) 3. <i>Empathy</i> (Empati) 4. <i>Assurance</i> (Kepastian) 5. <i>Tangible</i> (Keberwujudan) 	<p>Interval</p>

Keputusan Pembelian (Y)	Sebuah keputusan pembelian terjadi Melalui proses perilaku yang terdiri dari lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif-alternatif, keputusan membeli dan kemudian hasil atau perilaku pembeli. Kelima tahap ini menunjukkan bahawa proses pembelian dimulai jauh dari sebelumnya saat dilaksanakannya pembelian dan memiliki konsekuensi jauh setelah pembelian (Kotler dan Amstrong, 2012)	Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.	1. Kemantapan Dengan Sebuah Produk 2. Kebiasaan Dalam Membeli Produk 3. Kecepatan Dalam Membeli Sebuah Produk	Interval
-------------------------	--	---	---	----------

Sumber : Data Diolah 2023

3.6 Uji Persyaratan Instrumen

Dalam penelitian ini yang diukur adalah variabel X1 yaitu Kualitas Produk, variabel X2 yaitu Kualitas Layanan dan variabel Y yaitu Keputusan Pembelian pada Konsumen Coffee Shop Tuan Jana di Bandar Lampung.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Suliyanto (2018, 233) validitas alat ukur adalah tingkat ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Instrumen penelitian yang valid berarti instrumen tersebut mampu mengukur apa yang harus diukur dengan tepat dan cermat, atau dapat memberikan informasi tentang nilai variabel yang diukur dengan tepat dan cermat. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *Product Moment* Menggunakan SPSS, yang dirumuskan Sebagai Berikut :

$$r = \frac{N (\sum KF) - (\sum K \sum F)}{\sqrt{[\sum K^2 - (\sum K)^2][\sum F^2 - (\sum F)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

X = Skor butir

Y = Skor butir total

N = Jumlah sampel (Responden)

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Suliyanto (2018, p254) menyatakan bahwa reabilitas alat ukur yang reliabel pada dasarnya bukan alat ukurnya yang di uji adalah datanya bukan alat ukurnya. Alat ukur yang reliabel berarti bahwa alat ukur tersebut mampu mengungkapkan data yang cukup dapat dipercaya, namun untuk menyingkat istilah sering dinyatakan bahwa alat ukurnya reliabel. Uji dalam reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan pengelolaan yang dibantu oleh SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 22*) dengan membandingkan antara Alpha dengan membandingkan antara Alpha dengan interpretasi nilai r. Uji realibilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

Keterangan :

α = Reabilitas instrument

$\sum s_i^2$ = Jumlah varian skor tiap item

n = Banyaknya Soal

$\sum s^2$ = Varians total

Selanjutnya Untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi sebagai berikut :

Tabel 3.3
Inrterprestasi Nilai r Alpha Indeks

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sample yang diambil sudah refresentatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sample bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS versi 18. Prosedur Pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal. H1 : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila $Sig < 0.05$ maka Ho ditolak (distribusi sample tidak normal).

Apabila $Sig > 0.05$ maka Ho diterima (distribusi sample normal).

3.7.2 Uji Linearitas

Menurut Sugiyono (2018) Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui bentuk antara variabel bebas dan variabel tergantung. Untuk mengetahui kedua variabel linier atau tidak, maka digunakan uji linearitas dengan uji F. Kaidah dengan melihat p pada tabel linearitas, dimana jika $p < 0,05$ untuk *linearity* dan jika $p > 0,05$ untuk *deviation for linearity* maka dikatakan kedua variabel memiliki hubungan yang linier. Pada uji linieritas ini penulis menggunakan SPSS (*Statistical Program and Service seri 18*) Rumusan Hipotesis :

1. H_0 : Model regresi bentuk linier
 H_a : Model regresi tidak berbentuk linier

2. Jika probabilitas (Sig) $< 0,05$ (alpha) maka H_0 diterima Jika probabilitas (Sig) $> 0,05$ (alpha) maka H_0 ditolak
 - a. Penjelasan dan kesimpulan, dengan membandingkan nilai probabilitas (Sig) $> 0,05$ atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier

3.7.3 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antar sesama variabel independent. Salah satu cara untuk mengetahui apakah terdapat multikolinier dengan menggunakan model regresi. Analisis uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan membandingkan antara koefisien determinasi simultan dengan koefisien determinasi antar variabel. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF > 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur $(1-R^2)$ disebut *Collinierity Tolerance*. Artinya jika nilai *Collinierity Tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinieritas. Pada uji Multikolinieritas ini penulis menggunakan SPSS (*Statistical Program and Service Seri 18*). Prosedur pengujian :

1. Jika nilai VIF > 10 maka ada gejala multikolinieritas Jika nilai VIF < 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas

2. Jika nilai tolerance < 0,1 maka ada gejala multikolinieritas Jika nilai tolerance > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Regresi Linier Berganda

Regresi Linier Berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel yaitu Kualitas *Produk* (X1) dan Kualitas *Layanan* (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) maka penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program and Service seri 18*). Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Kualitas Produk

X2 = Kualitas Layanan

A = Konstanta

b1, b2 = Koefisien Regresi

e = Variabel Pengganggu

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing – masing variable bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Pengolahan data menggunakan SPSS (*Statistical Program and Service seri 18*).

1. *Produk* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ho : *Produk* (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Coffee Shop Tuan Jana di Kota Bandar Lampung

Ha: *Produk* (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Coffee Shop Tuan Jana di Kota Bandar Lampung

Dengan Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
2. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.

2. Kualitas Layanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 : Kualitas Layanan (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Coffee Shop Tuan Jana di Kota Bandar Lampung.

Ha : Kualitas Layanan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Coffee Shop Tuan Jana di Kota Bandar Lampung.

Dengan Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
2. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

3.9.2 Uji Parsial (Uji f)

Uji F dengan uji serentak atau uji model atau uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Rumusan hipotesis :

Uji F : Kualitas *Produk* (X1) dan Kualitas Layanan (X2) terhadap Keputusan

Pembelian (Y) pada Coffee Shop Tuan Jana di Kota Bandar Lampung.

Ho : Kualitas *Produk* (X1) dan Kualitas Layanan (X2) tidak berpengaruh terhadap

Keputusan Pembelian (Y) pada Coffee Shop Tuan Jana di Kota Bandar Lampung

Ha : Kualitas *Produk* (X1) dan Kualitas Layanan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Coffee Shop Tuan Jana di Kota Bandar Lampung

Kriteria pengujian :

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan angka taraf signifikan hasil perhitungan dengan taraf signifikan 0,05 (5%) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika F hitung (sig) < 0,05 maka Ho ditolak dan Haditerima
2. Jika F hitung (sig) > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak
3. Menentukan simpulan dan hasil dari uji hipotesis