

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian

Penulis memfokuskan Obyek penelitian ini di Yogyakarta dengan mengkhususkan obyek utamanya adalah Legend Coffee yang ada di Yogyakarta

Kemudian Subyek yang digunakan adalah Semua Masyarakat Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian di Legend Coffee Yogyakarta.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan bersumber data primer yaitu data yang dikumpulkan untuk penelitian dari tempat aktual terjadinya peristiwa atau diperoleh langsung dari responden (Sekaran, 2006). Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebar kuisisioner. Menurut Sugiyono (2013), kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukakn dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam melakukan pengambilan sampel pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan jenis *purposive sampling*. *Non probability sampling* menurut Sekaran (2006) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Menurut Sugiyono (2013) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, adalah dengan kriteria pernah melakukan pembelian minimal 2 kali dalam 2 bulan terakhir.

Pedoman pengukuran sampel menurut Hair et., al (2010) dapat ditentukan berdasarkan pada jumlah indikator yang diestimasi. Pedomannya adalah 5-10 kali jumlah indikator yang diestimasi. Pada penelitian ini, jumlah indikator yang digunakan adalah sebanyak 20 indikator. Oleh karena itu, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah antara $20 \times 8 = 160$ sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuisioner kepada subyek penelitian yang mana subyek ini telah ditentukan berdasarkan kriteria spesifik yang menjadi syarat teknik pengambilan data *purposive sampling*. Terdapat dua bentuk penyampaian kuisioner kepada responden. Pertama menggunakan media *google form* dan yang kedua dengan *printout* yang diberikan kepada responden secara langsung. Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan penilaian 1 – 5 yakni: (1) Sangat tidak setuju, (2) Tidak setuju, (3) Netral, (4) setuju dan (5) Sangat setuju.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penulisan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner. Dalam kuisioner tersebut haruslah berisi

pertanyaan pertanyaan yang melambangkan indikator dari setiap variabel. Agar lebih valid dalam 1 indikator harus direplikasikan ke dalam 1 - 2 pertanyaan atau pernyataan. Berikut adalah indikator-indikator dari variabel penelitian ini.

Tabel 3.1
Tabel indikator variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber Indikator	Skala
1	Kuakitas produk (X1)	Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi fungsinya. Dapat disimpulkan bahwa produk yang semakin memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen akan semakin berkualitas (Kotler dan Amstrong 2012)	1) Rasanya Enak 2) Makanan yang disajikan higienis 3) Porsinya pas.	Iswayanti (2010)	5 Skala Likert
2	Kualitas Pelayanan (X2)	Pelayanan diartikan sebagai jasa ataupun <i>sevice</i> yang disampaikan oleh pemilik jasa, dapat berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramah tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk keputusan pembelian (Kodu, 2013).	1) Daya tanggap 2) Jaminan 3) Empati 4) Keandalan 5) Bukti fisik	(Tjiptono, 2006)	5 Skala Likert
3	Persepsi harga (X3)	Persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi	1) Keterjangkauan harga 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3) Kesesuaian harga dengan manfaat	(Zeithaml dalam Kusdyah, 2012).	5 Skala Likert

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber Indikator	Skala
		mereka. (Paul Peter dan Jerry Olson 2013)			
4	Lokasi (X4)	Lokasi yang paling ideal bagi perusahaan adalah lokasi dimana biaya operasinya paling rendah/serendah mungkin namun tetap strategis di mata konsumen agar dapat menjalankan fungsi pemasaran dengan baik (Wibowo & Soedjono, 2014).	1) Lokasi yang strategis 2) Kenyamanan lokasi 3) Ketersediaan lahan parkir	(Tjiptono, 2009)	5 Skala Likert
5	Word of Mouth (X5)	WOM termasuk dalam bentuk komunikasi interpersonal yang diartikan sebagai bentuk pertukaran informasi secara dua arah yang dilakukan secara informal dan melibatkan dua individu atau lebih (Sweeney & Mazzarol, 2014).	1) Mendapat rekomendasi dari orang lain 2) Mendapat hal-hal yang positif 3) Dorongan terhadap teman atau relasi	(Kotler & Keller, 2009).	5 Skala Likert
6	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses keputusan dan tindakan orang - orang yang terlibat dalam pembelian dan penggunaan produk. (Engel 2013)	1) Cepat memutuskan 2) Mantap memutuskan 3) Yakin memutuskan untuk membeli	(Lupiyoadi 2008).	5 Skala Likert

F. Uji Kualitas Instrumen dan data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner

mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur apa yang diukur.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Sisi lain dari pengertian validitas adalah aspek kecermatan pengukuran. Suatu alat ukur yang valid dapat menjalankan fungsi ukurnya dengan tepat, juga memiliki kecermatan tinggi. Arti kecermatan disini adalah dapat mendeteksi perbedaan-perbedaan kecil yang ada pada atribut yang diukur.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan alat bantu program SPSS dengan teknik pengujian menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap apakah Valid atau tidak valid.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah

dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut (Ghozali 2018) apabila nilai sig < 0,05 maka item pertanyaan dari kuisisioner adalah valid. Tetapi apabila nilai sig > 0,05 maka item pertanyaan dari kuisisioner dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas, atau keandalan, adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama, atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip (reliabilitas antar penilai). Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Artinya pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.

Reliabilitas adalah alat ukur mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah

konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali 2018). Dalam pengujian ini, peneliti mengukur reliabelnya suatu variabel dengan cara melihat *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan lebih besar dari 0,70. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Ghozali 2018).

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara persial maupun secara simultan (bersama-sama), maka digunakan beberapa pengujian yaitu menggunakan regresi linier berganda, uji – t dan uji – F.

1. Analisis regresi linear berganda

Analisis Regresi adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengukuran pengaruh ini melibatkan 5 (lima) variabel bebas (X) dan 1 (satu) variabel terikat (Y). Yaitu pengaruh antara Kualitas produk (X1), Kualitas pelayanan (X2), Persepsi harga (X3), Lokasi (X4), *Word o mouth* (X5) terhadap Keputusan pembelian (Y) itulah yang dinamakan analisis regresi linier berganda dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Dimana :

Y	= Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
X ₁	= Variabel Kualitas Produk
X ₂	= Variabel Kualitas Pelayanan
X ₃	= Variabel Persepsi Harga
X ₄	= Variabel Lokasi
X ₅	= Variabel <i>Word of Mouth</i>

- a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)
 b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)
 (Ghozali 2018)

Rumus tersebut digunakan apabila dihitung secara manual. Namun disini penulis menggunakan program bantu yaitu *software* IBM SPSS *Statistics* 21.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yaitu :

H1 : Kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga, lokasi, dan *word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sebagai variabel terikatnya.

3. Uji Parsial (Uji- t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual (parsial) dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Langkah-langkah Uji Hipotesis untuk Koefisien Regresi adalah:

a. Perumusan Hipotesis Nihil (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_1)

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya tidak ada pengaruh masing-masing variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel terikat (Y).

$H_1 : \beta_0 > 0$, artinya ada pengaruh masing-masing variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel terikat (Y).

b. Penentuan harga t tabel berdasarkan taraf signifikansi dan taraf derajat kebebasan

1). Taraf signifikansi $\geq 0,05$ berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen

2). Taraf Signifikansi $< 0,05$ berarti variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen