

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Variabel Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:07) Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah / *scientific* karena telah memenuhi kaidah – kaidah ilmiah yaitu konkrit / empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka – angka dan analisis menggunakan statistik.

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sugiyono (2019:08)

Filsafat positivisme memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Penelitian pada umumnya dilakukan pada

populasi atau sampel tertentu yang representatif. Proses penelitian bersifat deduktif, dimana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut selanjutnya diuji melalui pengumpulan data lapangan. Untuk mengumpulkan data digunakan instrumen penelitian. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak. Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada sampel yang diambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel tersebut diambil. Sugiyono (2019:08)

3.1.2 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Hatch dan Farhady *dalam* Sugiyono (2019:38) “secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain”.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Variabel bebas (X_1), yaitu *Servicescape*
2. Variabel bebas (X_2), yaitu Kepercayaan Merek

3. Variabel bebas (X_3), yaitu Harga

4. Variabel terikat (Y), yaitu Keputusan Pembelian

3.2 Operasional Variabel

3.2.1 Definisi Operasional Variabel

Tabel 2 Definisi operasional variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	<i>Servicescape</i> (X_1)	Menurut Lupiyoadi (2014:120) “ bukti fisik jasa adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa di ciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, di tambah unsur berwujud apapun yang di gunakan mengomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu”.	Menurut Lupiyoadi (2014:125) indikator <i>Servicescape</i> meliputi: 1. Efek dari kondisi lingkungan 2. Sinyal – Sinyal dan Simbol 3. Fasilitas Eksterior 4. Interior Umum 5. Tata Letak	Skala likert: STS=1 TS=2 KS=3 S =4 SS=5
No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
2	Kepercayaan Merek (X_2)	Menurut Delgado dalam Firmansyah (2018) “kepercayaan merek (brand trust) adalah harapan akan kehandalan dan intensi baik merek”.	Menurut Fatih Gecti & Hayrettin Zengin dalam Firmansyah (2019:144) indikator kepercayaan merek meliputi : 1. <i>I trust this brand</i> (kepercayaan terhadap merek) 2. <i>This brand is safe</i> (keamanan suatu merek) 3. <i>This is an honest brand</i> (kejujuran suatu merek)	Skala likert: STS= 1 TS=2 KS=3 S =4 SS=5

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
3	Harga (X3)	Menurut Philip Kotler <i>dalam</i> Indrasari (2019:36) “harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini berlaku dalam negara miskin, namun faktor non harga telah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa (10 tahun) ini. Dalam arti yang paling sempit harga (price) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu atau jasa”.	Menurut Kotler <i>dalam</i> Indrasari (2019:42-43) Indikator harga sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan 	Skala likert: STS=1 TS=2 KS=3 S =4 SS=5
No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
4	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Peter dan Olson <i>dalam</i> Indrasari (2019:70) “keputusan pembelian adalah proses integresi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya”.	Menurut Kotler dan Keller <i>dalam</i> Indrasari (2019:74). indikator yang menyangkut keputusan pembelian sebagai berikut : <ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian 	Skala likert: STS=1 TS=2 KS=3 S =4 SS=5

Sumber: Lupiyoadi (2014), Firmansyah (2019), Indrasari (2019).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019:80) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/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 dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah konsumen *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo pada bulan Maret 2022 yang berjumlah 3.500 konsumen.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019:81) “sampel adalah bagian dari jumlah dan 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.

Teknik *sampling* yang di gunakan pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Menurut Sujarweni (2020:85) “*simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen”.

Dengan jumlah 3.500 konsumen yang menggunakan tabel Isaac dan Michel dalam Sugiyono (2019:87) dengan mengambil kesalahan 10%. Dengan demikian, jumlah populasi konsumen diperoleh ukuran sampel sebanyak 251 konsumen atau 251 responden.

3.4 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari nama data dapat diperoleh, sumber data untuk penelitian ini terdiri dari :

a. Data Primer

Menurut Sujarweni (2020:89) “Data Primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok focus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber”. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan adalah kuesioner (angket) yang diberikan kepada konsumen *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo.

b. Data Sekunder

Menurut Sujarweni (2020:89) “Data Sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya”. Data Sekunder dalam penelitian ini yakni tentang gambaran umum *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo, data jumlah konsumen, data jumlah penjualan dan data lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kuesioner , wawancara, kajian pustaka.

a. Kuesioner (angket)

Menurut Sugiyono (2019:142) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data tentang *servicescape*, kepercayaan merek , harga dan keputusan pembelian.

b. Wawancara

Menurut Esterbeg *dalam* Sugiyono (2019:231) “*A meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting inn communication and joint construction of meeting about a particular topic*”, Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu”. Dalam penelitian ini diantaranya tentang *servicescape*, kepercayaan merek, harga dan data-data yang berkaitan dalam penelitian ini.

c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2019:240) “dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu”. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.” Jadi,

pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang berasal dari file *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo berupa foto, dan tulisan yang telah ada di perusahaan.

3.4.3 Instrumen Penelitian (Skala Likert)

Data penelitian yang digunakan berasal dari kuesioner, dengan skala yang digunakan adalah Skala Likert, sebagaimana Sugiyono (2019:93) mengatakan bahwa “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- | | |
|------------------------------------|---|
| a. Sangat tidak setuju diberi skor | 1 |
| b. Tidak setuju diberi skor | 2 |
| c. Cukup diberi skor | 3 |
| d. Setuju diberi skor | 4 |
| e. Sangat Setuju diberi skor | 5 |

Instrumen penelitian yang menggunakan skala *likert* dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda.

3.5 Metode Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh dalam penelitian skripsi ini, penulis menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah analisis data dalam bentuk angka-angka yang pembahasannya melalui perhitungan statistik berdasarkan jawaban kuesioner dari responden. Hasil perhitungan dari skor atau nilai tersebut kemudian dalam analisa statistik yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 23 untuk membuktikan hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel penelitian, dengan melakukan uji data sebagai berikut:

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali *dalam* Sujarweni (2020:165) “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner”. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (nilai Corrected item- Total Correlation pada output Cronbach alpha) dengan nilai r tabel untuk degree of freedom (df) = $n - 2$ (n adalah jumlah sampel). Dengan jumlah sampel (n) 97 dan tingkat signifikansi 0,05. Maka r tabel pada penelitian ini adalah: $r(0,05 : 97-2 = 95) = 0,168$

Jika r hitung lebih besar daripada r tabel dan berkorelasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut valid. Atau dengan kata lain item

pertanyaan dikatakan valid apabila skor item pertanyaan memiliki korelasi yang positif dan signifikan dengan skor total variabel.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali *dalam* Sujarweni (2020:169) “Uji Reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk 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. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* $>0,60$.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali *dalam* Sujarweni (2020:226) “Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, ditemukan kolerasi antar variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas”.

Metode untuk menguji adanya multikolinearitas ini dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Batas dari *tolerance value* $> 0,1$ atau nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

2. Uji Autokorelasi

Menurut Sujarweni (2020:177) “menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel

pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain”.

Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan kriteria jika :

1. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
2. Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
3. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negative

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali *dalam* Sujarweni (2020:226), “ uji heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varians dan kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser yaitu dengan menguji tingkat signifikansinya. Pengujian ini dilakukan untuk merespon variabel x sebagai variabel independent dengan nilai *absolut unstandardized* residual regresi sebagai variabel dependent. Apabila hasil uji diatas level signifikansi ($r > 0,05$) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila level dibawah signifikansi ($r < 0,05$) berarti terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Normalitas

Menurut Ghozali *dalam* Sujarweni (2020:225) “Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak”. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.

3.5.3 Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Darwanto & Subagyo *dalam* Sunyoto 2011:145) dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y: Keputusan pembelian

a: Konstanta

b_1 b_2 b_3 : Koefisien Regresi

X_1 : *Servicescape*

X_2 : Kepercayaan Merek

X_3 : Harga

3.5.4 Analisis Determinasi (R^2)

Menurut Sujarweni (2020:164) “Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X)”. Jika R^2 semakin besar, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah.

3.5.5 Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Menurut Sujarweni (2020:162) “Uji F adalah pengujian signifikansi yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel yang bebas (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y)”. Dalam pengujian hipotesis ini langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

Simpulan :

Cara 1

- 1) Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka H_0 diterima.
- 2) Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka H_0 ditolak.

Cara 2

- 1) $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima.
- 2) $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.

2. Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

Menurut Sujarweni (2020:161) “Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X_1) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y)”.

Simpulan :

Cara 1

- 1) Jika Sig < 0,05 maka H_0 diterima;
- 2) Jika Sig > 0,05 maka H_0 ditolak.

Cara 2

- 1) Jika t tabel < t hitung maka H_0 diterima.
- 2) Jika t tabel > maka H_0 ditolak.