

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek penelitian

Penelitian ini mengungkap tentang keputusan pembelian di Restoran Mergosari Limbangan Garut. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian.

Alasan penelitian memilih restoran mergosari Limbangan Garut adalah karena berdasarkan survey pra – penelitian, di peroleh data bahwa restoran mergosari Limbangan Garut bermasalah dengan keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang tidak stabil dari bulan ke bulan. Pada penelitian ini, yang di jadikan responden adalah para konsumen restoran Mergosari Limbangan Garut.

#### 3.2 Metode Penelitian

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*. Menurut pendapat **Malhotra (2005: 196)** metode survey adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik. Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti perlu menetapkan metode penelitian yang akan dipakai agar mempermudah langkah-langkah penelitian sehingga masalah dapat diselesaikan. **Mohammad Nazir (2003:44)** mengemukakan bahwa dengan memilih suatu metode penelitian, maka si peneliti akan mendapatkan panduan tentang urutan-urutan bagaimana penelitian dilakukan.

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian dari penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. **Mohammad Nazir (2003:54)** mengemukakan bahwa, "Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang". Tujuan dari penelitian *deskriptif* ini adalah untuk membuat *deskripsi*, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi masing-masing mengenai tanggapan responden terhadap tingkat kualitas produk, harga, dan promosi dan tingkat keputusan pembelian konsumen. Sedangkan jenis penelitian *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan guna memprediksi dan menjelaskan hubungan atau pengaruh dari suatu variabel ke variabel lainnya. Dalam hal ini penelitian *verifikatif* dilakukan penulis dengan tujuan untuk

mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (variabel bebas) adalah Kualitas Produk, Harga dan Promosi dengan Keputusan Pembelian pada Restoran Mergosari Limbangan Garut. Objek penelitian yang merupakan variabel dependen (variabel terikat) adalah Keputusan Pembelian pada Restoran Mergosari Limbangan Garut.

Alasan peneliti memilih Restoran Mergosari Limbangan Garut adalah karena berdasarkan survey pra penelitian, diperoleh data bahwa Restoran Mergosari Limbangan Garut bermasalah dalam Keputusan Pembelian. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang tidak stabil nyadari bulan ke bulan. Pada penelitian ini, yang dijadikan sebagai responden adalah para konsumen Restoran Mergosari Limbangan Garut.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Restoran Mergosari Limbangan Garut. Alasan pengambilan populasi sebagai subjek penelitian adalah karena berdasarkan survey pra penelitian, konsumen Restoran Mergosari Limbangan Garut merupakan konsumen yang relatif rutin melakukan pembelian di Restoran Mergosari Limbangan Garut, yang terdiri dari pegawai swasta, pegawai negeri, rombongan pariwisata ataupun status konsumen

lainnya, sehingga memungkinkan subjek mengetahui informasi-informasi relevan dan umum tentang permasalahan. Ukuran populasi sebanyak rata – rata 15.648 dengan rata – rata perbulan sebanyak  $\pm 1.956$  konsumen.

### 3.3.2 Sampel

Dalam survei, sumber data lazim disebut responden dan dalam penelitian kualitatif disebut informan atau subjek tergantung pada cara pengambilannya. Penjelasan yang akurat tentang karakteristik populasi penelitian perlu diberikan agar besarnya sampel dan cara pengambilannya dapat ditentukan secara tepat.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin meneliti 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 itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi itu. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Bila sampel tidak representatif, maka resiko yang dihadapi peneliti ialah tidak dapat menyimpulkan sesuai dengan kenyataan atau membuat kesimpulan yang salah. Untuk menentukan besarnya sampel minimal dalam penelitian ini menggunakan teknik slovin, yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dan ukuran populasi dengan kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (Djalaludin Rakhmat, 2000: 49).

Tabel 3.1

**Jumlah Pembelian Konsumen  
Pada Restoran Mergosari Limbangan – Garut  
Dari bulan Januari 2011 – Agustus 2011**

Bulan	Jumlah konsumen Per-bulan	Penurunan	Kenaikan/Penurunan %
Januari	2.052	0	0
Februari	1.702	-350	-17,06
Maret	1.779	-273	-13,30
April	2.249	197	9,60
Mei	2.286	234	11,40
Juni	1.984	-68	3,31
Juli	1.949	-103	-5,02
Agustus	1.647	-405	-19,74
<b>Jumlah</b>	<b>15.648</b>		
<b>Rata – Rata Per- Bulan</b>	<b>1.956</b>		

$$n = \frac{N}{(N \cdot e^2) + 1}$$

Dengan :

$n$  = ukuran sampel minimum

$N$  = ukuran populasi

$e$  = presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir. ( $e=0,1$ ).

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian

ini, yaitu:

Diketahui :

$N = 1.956$

$E = 5\% = 0,05$

Maka:

$$n = \frac{1.956}{(1+1.956)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{1.956}{5,89}$$

$$n = 332,08$$

$$n = \pm 332$$

Untuk mempermudah perhitungan, maka jumlah sampel yang ditarik adalah minimal sebesar 332 responden. Jadi, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 332 orang konsumen yang dijadikan responden. Di bulatkan jadi 332 orang responden.

### 3.4 Operasional Variabel

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala	Keterangan
<b>Kualitas Produk (X1)</b>	Kualitas Produk atau jasa adalah fitur – fitur dari sebuah produk atau jasa secara keseluruhan yang berpusat pada kemampuan produk atau jasa tersebut dalam memenuhi kebutuhan yang telah dinyatakan atau tersirat.  <b>W.Griffin dalam Dewi Listyanti (2007: 17)</b>	Produk atau jasa yang diberikan oleh restoran kepada konsumen yang tujuannya untuk kepuasan konsumen guna meningkatkan kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian.	<b>Skorskalasemantik tanggapan konsumen mengenai kualitas produk restoran mergosari , meliputi:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tanggapan konsumen mengenai performa restoran mergosari.</li> <li>Tanggapan konsumen mengenai kemudahan pelayanan (service) ketika dibutuhkan kanda nkeandalan Restoran mergosari dalam pelayanan yang terpercayadan akurat .</li> <li>Tanggapan konsumen mengenai estetika produk yang kutta</li> </ul>	Ordinal	Kuisioner No.1 mengenai faktor kualitas produk

			<p>mpilan, rasa dan aroma.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanggapan konsumen mengenai mutu atau kualitas yang diterima dan dirasakan konsumen.</li> <li>• Tanggapan konsumen mengenai fitur atau item – item ekstra yang ditambahkan pada fitur dasar.</li> </ul>		
<b>Harga (X2)</b>	<p>Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk / jasa jumlah nilai konsumen pertukaran untuk mendapatkan manfaat dari memiliki / menggunakan produk / jasa.</p> <p><b>(Kotler &amp; Armstrong 2004:345)</b></p>	<p>Persepsi konsumen terhadap harga suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen sesuai dengan daya guna / manfaat daya beli, kualitas produk</p>	<p>Perolehan data dari konsumen berdasarkan kesesuaian dengan jumlah porsi menu, kemampuan daya beli, Dengan harga pesaing kualitas produk dan daya guna / manfaat yang diterima</p>	Ordinal	<p>Kuisisioner No.2 Terhadap harga yang diberikan.</p>
<b>Promosi (X3)</b>	<p>Promosi yaitu, komunikasi yang memberi informasi kepada calon konsumen mengenai suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan mendorong mereka untuk membeli.</p> <p><b>Buchari Alma dalam Erliah (2007:12)</b></p>	<p>Tindakan yang dilakukan restoran mergosari untuk mempromosikan tempat usahanya yang tujuannya untuk mengajak calon konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.</p>	<p><b>1. Skor skala semantik tentang tingkat ketertarikan konsumen melalui media promosi di Restoran Mergosari meliputi,</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iklan</li> <li>• Baliho</li> <li>• Spanduk</li> <li>• Brosur</li> <li>• Potongan harga atau diskon</li> <li>• Direct selling</li> <li>• Promosi harga</li> </ul> <p><b>2. Biaya Promosi Meliputi,</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembuatan</li> </ul>	Ordinal	<p>Kuisisioner No.3 Terhadap Promosi yang dilakukan.</p>

			Brosur <ul style="list-style-type: none"> <li>Pembuatan Baliho</li> </ul>		
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi data atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya.  ( Peter dan Oison 1999:162)	Kualitas produk harga dan promosi yang restoran mergosari lakukan untuk meningkatkan jumlah pembelian konsumen.	<b>Skor skala semantik yang diperoleh dari jawaban responden mengenai :</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Pilihan Produk</li> <li>Pilihan Tempat</li> <li>Pilihan Merk</li> <li>Pilihan Waktu</li> <li>Jumlah Pembelian Per – Porsi dalam Jumlah Rupiah</li> </ol>	Ordinal	Kuisisioner No.4 terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

### 3.5 Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan penulis menggunakan berbagai teknik pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi :

- Penelitian Lapangan (*field research*)

Dalam hal ini penulis melakukan peninjauan secara langsung ke objek penelitian, untuk memperoleh data primer.

Data primer ini penulis dapatkan melalui :

- Wawancara (*interview*)

Wawancara ini digunakan untuk mengetahui variabel yang diteliti secara lebih mendalam,

yaitu mengenai kualitas produk Harga dan Promosi yang dilakukan oleh Restoran Mergosari Limbangan Garut.

Dalam penelitian ini,

wawancara dilakukan dengan manajemen Restoran Mergosari Limbangan Garut.

- Penelitian (*Observation*)

Observasi,

dilakukan dengan meninjau dan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang

diteliti yaitu Restoran Mergosari Limbangan Garut untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk, Harga,

dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk masakan Restoran Mergosari Limbangan Garut

- Angket (*Questioner*)

Kuesioner, dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada konsumen Restoran Mergosari Limbangan Garut sebagai responden (sampel penelitian). Responden tinggal memilih alternatif jawaban yang telah disediakan dengan melingkari masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling sesuai. Dalam kuesioner ini

penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator dari variabel ( $X_1$ ) Kualitas Produk, variabel ( $X_2$ ) Harga, dan Promosi ( $X_3$ ) variabel ( $Y$ ) Keputusan Pembelian.

### 3.6 Teknik Pengolahan Data

Setelah diperoleh keterangan data yang lengkap dari objek penelitian, maka langkah-langkah yang perlu dilakukan adalah pengolahan data, yang meliputi :

1. Menyeleksi data, yaitu melihat atau memeriksa kesempurnaan dan kejelasan mengenai benar dan tidaknya penulisan data.
2. Mentabulasi data, yaitu suatu proses mengubah data mentah menjadi bermakna.
3. Analisis data, bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antar variabel penelitian dengan teknik analisis yang tepat.
4. Pengujian Hipotesis.
5. Menarik kesimpulan dan saran.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) Harga ( $X_2$ ) dan Promosi ( $X_3$ ) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Dalam melaksanakan pengolahan data ini prosedur yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Mengecek lembar jawaban yang telah diisi oleh responden untuk mengetahui kelengkapan hasil jawaban responden yang akan menentukan layak tidaknya lembar jawaban tersebut diolah lebih lanjut.
- b. Menghitung bobot nilai dengan menggunakan skala *differential* semantik dalam 5 pilihan jawaban.
- c. Rekapitulasi nilai angket variabel  $X_1$  (Kualitasharga), variabel  $X_2$  (Harga), variabel ( $X_3$ ) dan Variabel Promosi Y (keputusan pembelian).
- d. Tahap ujicoba kuesioner

Untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarkan kepada responden,

maka penulis melakukan dua tahap pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* yaitu **kualitas produk** (variabel  $X_1$ ) dan **harga** (variabel  $X_2$ ), **promosi** ( $X_3$ ) sedangkan variabel dependen adalah **keputusan pembelian** (variabel  $Y$ ). Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi linier sederhana untuk seluruh variabel tersebut. Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara *kualitas produk*,

*hargadanpromositerhadap keputusan pembelian.* Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji keberartian koefisien arah regresi.

Hipotesis yang diajukan yaitu **KualitasProduk**(X<sub>1</sub>) dan **Harga**(X<sub>2</sub>) dan **Promosi**(X<sub>3</sub>) berpengaruh terhadap **keputusan pembelian**(Y).

Untuk menguji keberartian koefisien arah regresi dilakukan dengan menggunakan rumus berikut ini : (Sudjana, 2000:16)

$$F = \frac{S_{reg}^2}{S_{sis}^2}$$

Secara statistik pengujian hipotesis keberartian arah regresi adalah:

H<sub>0</sub> :  $\rho \geq 0$ , Koefisien arah regresi tidak berarti, artinya tidak terdapat pengaruh antara *KualitasProduk, HargadanPromosidengan KeputusanPembelian*

H<sub>0</sub> :  $\rho_1 > 0$ , Koefisien arah regresi berarti, artinya terdapat pengaruh antara *KualitasProduk, HargadanPromosidengan KeputusanPembelian*

Signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y diuji dengan membandingkan t<sub>hitung</sub> dan t<sub>Tabel</sub> yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student (t<sub>student</sub>). Rumus dari *distribusi student* adalah :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Riduwan, 2007:137})$$

t = distribusi student

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

- Jika  $t_{hitung} > t_{Tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
- Jika  $t_{hitung} < t_{Tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

### 3.7.1 Uji Instrumen ( Kuesioner )

Untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarkan kepada responden, maka penulis melakukan dua tahap pengujian yaitu **Uji validitas dan Uji reliabilitas**.

### 3.7.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui *valid* atau tidaknya kuesioner yang disebarkan. Dalam uji validitas digunakan metode koefisien *Korelasi Product Moment* Pearson dengan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2006:274})$$

Keterangan:

**r** = Koefisien validitas item yang dicari

**X** = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

**Y** = Skor total

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y

$n$  = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

- a. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  .
- b. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

### 3.7.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2002).

Asep Hermawan (2006:126) mendefenisikan: “Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur.” Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Rumus yang dipergunakan untuk mengukur reliabilitas adalah teknik *split half* dari Spearman Brown, yaitu:

$$r = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

Keterangan:

$r$  = Reliabilitas seluruh instrumen

$r_b$  = Korelasi *Product Moment* antara belahan pertama dan kedua

Pengujian reliabilitas tersebut menurut Suharsimi Arikunto (2004:156)

diilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir- butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan instrumen genap.
2. Skor data dari tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

- a.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen dikatakan reliabel.
- b.  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen dikatakan tidak reliabel
- c. Regresi linier berganda didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) harga, ( $X_3$ ) promosi dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ). Persamaan umum dari regresi linier berganda adalah :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_i$$

(Sujjana, 1992:347)

**Keterangan :**

Y = variabel dependen yang diprediksikan

a = konstanta

b = koefisien regresi X terhadap Y

X = variabel independen yang mempunyai nilai tertentu