

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) pengertian objek penelitian adalah “suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek pada penelitian ini adalah Rockmen Coffee yang berada di jalan Ciliwung Kota Bandung.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

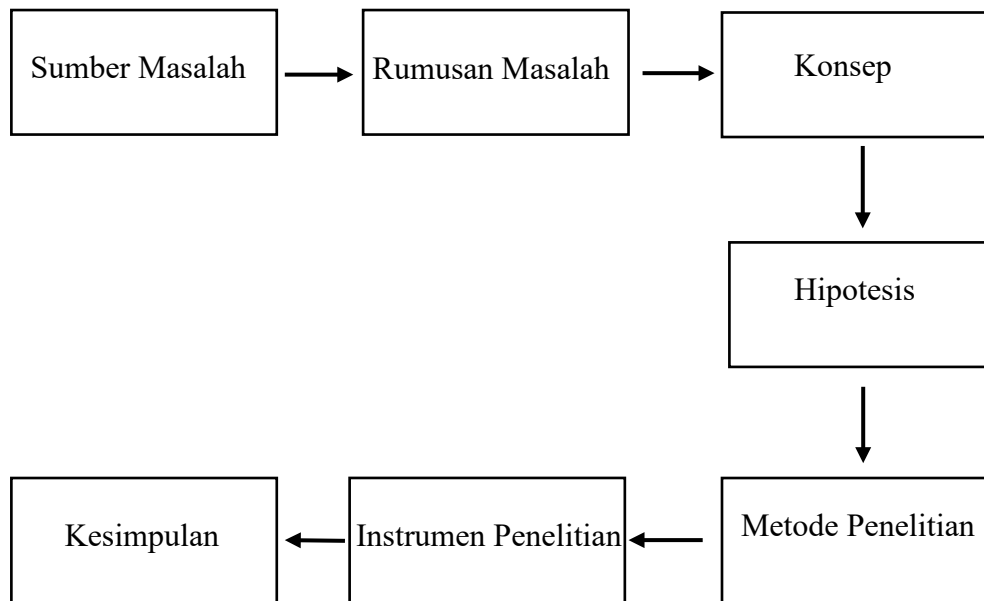
3.2.1 Metode Penelitian

Menurut Suharsimi, (1998) dalam bukunya yang berjudul Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek menyatakan bahwa “Metode penelitian adalah suatu dasar dalam penelitian yang sangat penting, karena berhasil atau tidaknya serta kualitas tinggi rendahnya hasil penelitian sangat ditentukan oleh ketepatan peneliti dalam menentukan metode penelitiannya”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif untuk mengumpulkan data dari responden dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan kuesioner, metode penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis ilmiah.

3.2.2 Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2014), metode analisis deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang terkumpul begitu saja atau tanpa ingin membuat kesimpulan atau generalisasi yang valid secara universal. Metode verifikatif menurut Sugiyono (2018) adalah metode penelitian yang pada dasarnya menguji teori dengan menguji atau membuktikan hipotesis. Verifikatif berarti menguji suatu teori dengan menguji suatu hipotesis untuk melihat apakah akan diterima atau ditolak. Tujuan dari penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif untuk mendeskripsikan dampak *lokasi dan promosi* terhadap *keputusan*

pembelian, dengan menggunakan metode kuantitatif. Proses penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2015) adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1

Alur Penelitian

Secara lebih detail mengenai alur penelitian, berikut merupakan penjelasannya:

1. Sumber Masalah

Peneliti melakukan studi literatur terlebih dahulu untuk menentukan fenomena yang terjadi sebagai sumber masalah. Dalam penelitian ini fenomenanya yaitu mengenai lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Rockmen Coffe.

2. Rumusan Masalah

Dalam menemukan rumusan masalah diperlukan pertimbangan yang matang, karena penelitian ini bertujuan menjawab masalah penelitian. Maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Untuk mengetahui gambaran pengaruh Lokasi, Promosi dan keputusan pembelian pada Rockmen Coffe”, dan “Untuk mengetahui pengaruh Lokasi, Promosi dan keputusan pembelian pada Rockmen Coffe?”.

3. Konsep, Teori yang relevan dan Penelitian Terdahulu yang relevan

Peneliti selanjutnya mengkaji referensi teoritis yang relevan dengan lokasi, promosi dan keputusan pembelian. Sementara itu terdapat penelitian terdahulu yang relevan yang dapat mendukung hipotesis sebagai tambahan kajian untuk menjawab rumusan masalah penelitian yang diajukan peneliti.

4. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah terdapat dampak *Lokasi*(X_1) dan *Promosi* (X_2) terhadap *Keputusan pembelian* (Y) pada Rockmen Coffe

5. Metode Penelitian

Kemudian selanjutnya peneliti menentukan metode penelitian sebagai pedoman menjalankan penelitian dalam menjawab hipotesis penelitian. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif menggunakan pendekatan deskriptif dan verifikatif.

6. Menyusun Instrumen Penelitian

Instrumen pada penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Instrumen ini dilakukan pada populasi pelanggan Rockmen Coffee.

7. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang diajukan. Selanjutnya peneliti juga menambahkan implikasi serta saran berdasarkan temuan penelitian sebagai timbal balik dari peneliti untuk organisasi atau lembaga yang diteliti.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan judul penelitian ini yaitu lokasi(X_1), promosi(X_2) dan keputusan pembelian(Y). Maka peneliti bermaksud untuk membuat tabel operasional variabel dengan tujuan untuk menjabarkan setiap variabel agar lebih mudah untuk melihat setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini..

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Lokasi (X ₁)	Lokasi usaha dapat diartikan sebagai segala hal yang menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perbisnisan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan, Kotler (2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lingkungan 4. Persaingan 	Ordinal
Promosi (X ₂)	Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran, Swastha dan Irawan (2005)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan promosi 2. Media promosi 3. Waktu promosi 4. frekuensi 	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian konsumen merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan Schiffman dan Kanuk (2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan merek 3. Pemilihan saluran pembelian 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian 6. Metode pembayaran 	Ordinal

3.4 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan oleh peneliti menggunakan data primer dan sekunder, antara lain:

1. Data primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa wawancara, maupun observasi, (Situmorang & Lufti, 2014). Adapun pada penelitian ini data primer diperoleh dari responden melalui kuesioner mengenai Lokasi, Promosi dan Keputusan pembelian yang disebar.

2. Data sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi, (Situmorang & Lufti, 2014). Pada penelitian ini digunakan data sekunder yang diperoleh dari lembaga terkait antara lain dari jurnal, penelitian terdahulu, serta literatur-literatur yang terkait dengan penelitian ini yaitu mengenai lokasi, promosi, dan keputusan pembelian.

3.4.2 Alat Pengumpul Data

Menurut Sugiyono (2017) cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), *interview* (wawancara), kuesioner (angket), dan gabungan dari ketiganya.

1. Observasi (pengamatan) adalah teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkah laku non verbal, menurut Sugiyono (2017) observasi merupakan teknik pengumpul data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Observasi dalam penelitian ini yaitu melakukan pengamatan langsung untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya di Rockmen Coffee.
2. *Interview* (wawancara), teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk

memperoleh informasi dari informan yang terkait. Menurut Yusuf (2014) wawancara adalah suatu proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi secara langsung atau bertanya secara langsung mengenai suatu objek yang diteliti. Wawancara yang dipilih oleh peneliti adalah wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan bebas namun masih tetap berdasarkan etika wawancara.

3. Kuesioner (angket), kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner atau angket tertutup, karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar. Data primer pada penelitian ini juga menggunakan skala likert sebagai skala pengukurannya. Skala likert menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir pertanyaan, sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Likert, 1932). Alat ukur yang digunakan adalah butir-butir pertanyaan yang dianggap sebagai indikator dari perilaku tertentu misalnya pengetahuan atau sikap. Berikut merupakan bobot skala likert.

Tabel 3. 2
Bobot Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Likert 1932

Adapun mengenai persentase penilaian dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.2 sebagai berikut:

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang

Anggri Noviyandi, 2023

PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ROCKMEN COFFEE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, (Sugiyono, 2017). Adapun anggota populasi dari penelitian ini adalah pelanggan pada Rockmen Coffee yang datang langsung selama 10 hari yang berjumlah 81 orang.

3.5.2 Sampel

Sampel dapat diartikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, (Sugiyono, 2017). Adapun sampel yang diambil dari penelitian ini pelanggan pada Rockmen Coffee yang datang langsung selama 10 hari yang berjumlah 81 orang

3.6 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2009), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper dan Schindler, dalam Zulganef, 2006). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Metode korelasi yang digunakan adalah *perason product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

- X = Skor yang diperoleh dalam item
- Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat masing-masing skor X

Y^2 = Jumlah Kuadrat masing-masing skor Y

N = Banyaknya peserta tes

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Husaini (2003), uji reliabilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan (konsisten) dari suatu instrumen. Pengujian ini dimaksudkan untuk menjamin instrumen yang digunakan merupakan sebuah instrumen yang handal, konsistensi, stabil dan dependibilitas, sehingga jika suatu alat pengukur dipakai lebih dari satu kali untuk mengukur gejala yang sama kemudian hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut *reliable*. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam pengukur gejala yang sama.

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.700 . Dalam penelitian ini digunakan rumus *Cronbach's Alpha* karena instrumen penelitian ini berbentuk kuesioner, dengan rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varians skor tiap tiap item

σ_t^2 = Varians total

Melalui perhitungan rumus di atas maka, jika *alpha* $> 0,90$ maka reliabilitas sempurna. Jika *alpha* antara $0,70 - 0,90$ maka reliabilitas tinggi. Jika *alpha* $0.50 - 0.70$ maka reliabilitas moderat. Jika *alpha* < 0.50 maka reliabilitas rendah. Jika *alpha* rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak *reliable*.

3.8 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.8.1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis yang bertujuan mengetahui variabel mandiri, baik dalam satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan variabel lain (Sugiyono, 2017). Menurut Sugiyono (2017) “analisis statistik deskriptif memiliki tujuan yaitu untuk menjelaskan data secara umum atau generalisasi, dengan menghitung nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi (*standard deviation*)”

Adapun dalam dalam penelitian ini analisis deskriptif ditujukan untuk menggambarkan mengenai gambaran lokasi, promosi dan keputusan pembelian pada Rockmen Coffee.

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2016) uji asumsi klasik merupakan tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linear berganda. Dilakukannya pengujian ini untuk dapat memberikan kepastian agar koefisien regresi tidak bias serta konsisten dan memiliki ketepatan dalam estimasi. Sudarmanto (2015), berpendapat bahwa “Pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik dalam penelitian terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.8.2.1. Uji Normalitas

Sebelum data yang didapat diolah lebih lanjut, maka diperlukan uji normalitas terlebih dahulu. Uji Normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi data di dalam variabel yang digunakan dalam penelitian ini normal atau tidak (Pramesti 2016). Untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak digunakan uji *kolmogorov-smirnov*, dengan melihat nilai signifikansi. Kriteria uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Berikut merupakan rumus uji normalitas:

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan:

X^2 = Nilai yang dicari

O_i = Nilai Observasi

E_i = Nilai *Expected*

N = Banyaknya angka pada data (total frekuensi)

3.8.2.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui jumlah variabel independen lebih dari satu bukan tidak mungkin antarvariabel independen tersebut ada korelasi yang cukup tinggi atau signifikan. Untuk menguji multikolinieritas dapat menggunakan nilai VIF pada masing-masing variabel. Jika nilai VIF < 10 dan nilai maka disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas (Ghozali, 2016).

3.8.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui apakah terdapat atau tidaknya heteroskedastisitas dalam data yang diolah. Jika terjadi heteroskedastisitas diperlukan metode alternatif lain dalam estimasi parameter untuk mengatasi data yang mengandung heteroskedastisitas. Sehingga uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut memiliki varian yang konstan dari residual atau error antara satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Pramesiti, 2016). Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat pola titik-titik pada *scatterplot* regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.2.4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah teknik statistika yang berguna untuk memeriksa dan memodelkan hubungan diantara variabel-variabel. Menurut Umar (2011)

metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel bebas maupun satu variabel bebas. Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk mengetahui keterikatan antar variabel bebas dan terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah lokasi dan promosi, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Metode analisis ini menggunakan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*). Adapun bentuk persamaannya yaitu:

$$Y' = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + \varepsilon$$

- Y' = Koefisien Keputusan Pembelian
 α = Konstanta
 b_1 = Koefisien Lokasi
 b_2 = Koefisien Promosi
 X_1 = Variabel Lokasi
 X_2 = Variabel Promosi
 ε = Tingkat Kesalahan (*Standar Error*)

Untuk menilai ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari nilai statistik T, nilai statistik F, dan nilai koefisien determinasi.

3.8.3. Uji Hipotesis

3.8.3.1 Uji Parsial (Uji T)

Penelitian ini menggunakan uji t untuk menguji koefisien regresi secara parsial, Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya, (Sukmawati *et al.*, 2020). Berikut merupakan rumus dari uji t:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = t hitung yang selanjutnya di sesuaikan dengan t tabel

r = korelasi parsial yang ditemukan

n = jumlah sampel

Untuk menunjukkan apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

1. Dengan membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel} .
 - a. Apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 ditolak.
 - b. Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 diterima.

3.8.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian secara simultan. Menurut Sugiyono (2017) dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - K - 1)}$$

Keterangan:

- F = Pendekatan distribusi probabilitas fisher
- R^2 = Koefisien determinasi
- K = Jumlah variabel bebas
- n = Jumlah anggota data

Hasil perhitungan F ini dibandingkan dengan F tabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat risiko atau signifikan level 5% dengan kriteria sebagai berikut:

- H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig $< \alpha$
- H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai sig $> \alpha$

Jika terjadi penerimaan H_0 maka dapat diartikan tidak berpengaruh signifikan model regresi berganda yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan pula pengaruh dari variabel-variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

3.8.3.3 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dengan menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0-1), jika nilai koefisien determinasi mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui presentasi pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel terikat, (Dewi, 2012). Berikut merupakan rumus dari uji koefisien determinasi:

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Keterangan:

R^2 = Determinasi

SSR = Keragaman Regresi

SST = Keragaman Total