

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen. *Variable Independen* (variabel bebas) adalah Harga dan Kualitas Produk.

Objek penelitian yang merupakan *variabel dependen* (variabel tak bebas) adalah keputusan pembelian konsumen pada Restoran Gudeg Banda.

Alasan peneliti memilih Restoran Gudeg Banda Bandung adalah karena berdasarkan pra penelitian, jumlah pembeli di Restoran Gudeg Banda tidak signifikan dan saat melakukan wawancara dengan konsumen memberikan keterangan mengenai harga dan kualitas produk yang kurang sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini menunjukkan respon dari konsumen mengenai Keputusan pembelian konsumen yang cukup rendah.

Selain itu, Gudeg sebagai makanan khas dari Yogyakarta dalam proses pembuatannya membutuhkan waktu yang cukup lama dan rasa yang sesuai sehingga menunjukkan kebudayaan masyarakat dalam menciptakan sebuah produk yang istimewa.

3.2 Metode Penelitian

”Metode penelitian adalah pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu” (Sugiono, 2008:1).

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti perlu menetapkan metode penelitian yang dipakai agar mempermudah langkah-langkah penelitian sehingga masalah dapat diselesaikan. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian dari penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Sugiono (2008:54) mengemukakan bahwa, "Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu 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 antara fenomena yang diselidiki.

Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskriptif masing-masing mengenai tanggapan responden terhadap tingkat harga, kualitas produk dan tingkat keputusan pembelian konsumen di Restoran Gudeg Banda.

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 harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey *explanatory*. Menurut pendapat Sugiono (2008:196) metode survei 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.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Objek penelitian merupakan kenyataan dimana satu masalah timbul, sehingga merupakan sumber utama untuk mendapatkan data. Keseluruhan karakteristik objek penelitian ini dinamakan populasi, seperti yang dikemukakan oleh Sudjana (1998:6) bahwa, "populasi adalah totalisan semua nilai yang mungkin, baik hasil nilai maupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif, juga karakteristik tertentu mengenai sekumpulan subjek yang lengkap dan jelas".

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Restoran Gudeg Banda Cabang Kepatihan di Kota Bandung

Jumlah Konsumen di Restoran Gudeg Banda Cabang Kepatihan di Kota Bandung Setelah dirata-ratakan selama Januari – Maret 2010 sebanyak 2950 orang. Angka tersebut merupakan populasi yang akan dipilih untuk dijadikan objek penelitian berupa sampel.

3.3.2 Sampel Penelitian

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. maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Menurut sugiono (2009:62), "Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Untuk menentukan besarnya sampel minimal dalam penelitian ini menggunakan teknik slovin, yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dan ukuran populasi dengan kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditorelir atau diinginkan (Djalaludin Rakhmat, 2000:49).

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

Dengan :

n : Ukuran Sampel Minimum

N : Ukuran Populasi

e : kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir (e = 10%)

Diketahui :

N = 2806

e = 10 % = 0.1

Maka

$$n = \frac{2806}{1 + 2806(0,1^2)}$$

$$n = \frac{2806}{29,06}$$

N = 96.55 ~ 100

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh ukuran sampel (n) 100 orang responden.

3.3.3 Teknik Sampling Penelitian

Menurut Sugiono (2008:62) menyatakan bahwa : "teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel". Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai macam teknik sampling.

Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Accidental Sampling dimana penelitian ini diambil secara acak terhadap populasi konsumen yang datang. Dimana pengambilan acak dilakukan tidak berdasarkan pada kriteria tertentu melainkan pengambilan acak didasarkan pada konsumen baik berupa wawancara maupun diberi angket yang datang di Restoran Gudeg Banda Bandung

3.4 Operasionalisasi variabel

Operasionalisasi variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut (Nazir, 1999:33).

Terdapat tiga variabel yang menjadi kajian dari penelitian ini antara lain :

- a. Pengaruh harga dan kualitas produk sebagai variabel bebas (independen Variabel)
- b. Keputusan Pembelian Konsumen sebagai Variabel sebagai variabel terikat (Dependent Variabel).

Variabel Bebas (Independent Variable) adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain yang tidak bebas (dependent Variabel/terikat) sedangkan variabel terikat (dependent variable) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain (Independent Variable/bebas).

Operasionalisasi Variabel tersebut dapat dijabarkan dalam sebagai berikut

:



Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teori	Konsep Empirik	Konsep Analitik	Skala
----------	--------------	----------------	-----------------	-------

<p>Harga (X1)</p>	<p>Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk/jasa/ jumlah nilai konsumen pertukaran untuk mendapatkan manfaat dari memiliki / menggunakan produk/ jasa (Kotler dan Amstrong 2006:345)</p>	<p>Jumlah skor perbedaan semantik tentang persepsi konsumen terhadap harga produk makanan Restoran Gudeg Banda.</p>	<p>Data yang diperoleh dari konsumen mengenai persepsi konsumen terhadap harga suatu produk yang ditawarkan oleh Restoran Gudeg Banda kepada konsumen sesuai dengan daya, guna/manfaat, daya beli, kualitas produk.</p>	<p>Ordinal</p>
-------------------	--	---	---	----------------

<p>Kualitas Produk (X2)</p>	<p>Kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. (Kotler dan Armstrong 2006:354)</p>	<p>Jumlah skor perbedaan semantik tentang persepsi konsumen terhadap kualitas produk makanan di Restoran Gudeg Banda.</p>	<p>Data yang diperoleh dari pelanggan mengenai :</p> <p>1. Performance :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tampilan Produk ✓ Tingkat kebersihan makanan ✓ Kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen <p>2. Feature :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Variasi makanan yang disajikan Restoran Gudeg Banda. <p>3. Realibility :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tingkat keamanan makanan ✓ Tingkat kemungkinan makanan yang disajikan tidak matang <p>4. Aesthetic</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tampilan dari makanan Restoran Gudeg Banda dapat menggugah selera. ✓ Tingkat rasa dan aroma dari makanan di Restoran Gudeg Banda dapat menggugah selera. <p>5. Perceived Quality :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tingkat kesesuaian 	<p>Ordinal</p>
-----------------------------	---	---	---	----------------

			<p>standar kualitas makanan yang dijanjikan di Restoran Gudeg Banda.</p> <p>✓ Tingkat kualitas makanan dan minuman yang dipersepsikan oleh pengunjung.</p> <p>6. Serviceability :</p> <p>✓ Tingkat penanganan keluhan oleh karyawan Restoran Gudeg Banda terhadap konsumen.</p>	
--	--	--	--	--

Keputusan Pembelian (Y)	Perilaku konsumen yaitu sebuah keputusan dalam aktivitas memilih dari dua atau lebih alternative pilihan (Sciffman dan Kanuk 2007:485)	Jumlah skor perbedaan semantik tentang persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada Restoran Gudeg Banda.	Data yang diperoleh dari konsumen mengenai keputusan pembelian berdasarkan pemilihan produk, pemilihan merk, pemilihan saluran pembelian, penentuan waktu pembelian dan jumlah pembelian produk di Restoran Gudeg Banda.	Ordinal
-------------------------	--	---	--	---------

3.5 Teknik Pengumpulan Data

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

a. Observasi

Penulis mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti untuk mencatat segala sesuatu yang dilihat dan didengar dengan menggunakan pedoman instrumen pengamatan berkenaan dengan indikator-indikator yang terdapat pada variabel independent dan variabel dependent.

b. Angket

Pengumpulan data pada penelitian ini pun menggunakan daftar

pertanyaan yang harus diisi oleh responden yang telah ditentukan.

c. Studi Kepustakaan

Sebagai penunjang pada penelitian ini, digunakan beberapa landasan teori yang diperoleh melalui studi kepustakaan dengan membaca beberapa literatur yang berhubungan dengan masalah-masalah yang diangkat pada penelitian ini.

d. Wawancara

Teknik wawancara ini dilakukan melalui pembicaraan terhadap tanya jawab dengan pihak yang dianggap perlu untuk mendapatkan data yang diperlukan.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Metode of Successive Interval (MSI)

Karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variable sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu di transformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan Metode of Successive Interval (Harun Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.

3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai Z (table normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban.

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel terikat serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

3.6.2 Rancangan Pengujian Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang disebar. Dalam uji validitas digunakan metode koefisien korelasi *product moment Pearson* dengan rumus :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(n \sum x^2) - (\sum x)^2\} \{(n \sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

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.

(sumber : Sugiyono, 2008: 231)

Kemudian dilakukan uji keberartian r dilakukan dengan uji t (taraf

signifikansi 5 %) dilakukan dengan rumus, yaitu :

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

Keterangan :

t = uji signifikansi korelasi

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden penelitian

(sudjana, 1996:380)

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut :

- a. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika t hitung > t tabel dengan taraf kebebasan = N-2 dan $\alpha= 0.05$.
- b. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika t hitung < t tabel dengan taraf kebebasan = N-2 dan $\alpha= 0.05$.

3.6.3 Rancangan Pengujian Realibilitas

Pengujian reliabilitas instrumen (test of reliability) untuk mengetahui apakah data yang telah dihasilkan dapat diandalkan. pengujian reliabilitas menggunakan rumus uji reliabilitas (r_{11}). Langkah-langkah untuk menguji reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Menghitung harga varians tiap item dari setiap item.

$$\sigma b^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \quad (\text{Suharsimi,2002:171})$$

Dimana :

σb^2 = Harga varian tiap item

$\sum X^2$ =Jumlah kuadrat jawaban responden tiap item

$(\sum X)^2$ = kuadrat skor seluruh responden dari tiap item.

N = Jumlah Responden

2. Mencari Varians total

$$\sigma t^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N} \quad (\text{Suharsimi,2002:171})$$

Dimana :

σt^2 = Harga varian tiap item

- $\sum Y^2$ =Jumlah kuadrat jawaban responden tiap item
- $(\sum Y)^2$ = kuadrat skor seluruh responden dari tiap item.
- N = Jumlah Responden

3. Menghitung Reliabilitas Instrument

Test of reliability digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada waktu yang berbeda. Menurut Jamaludin (singarimbun,1995:143) ”reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali”. Untuk menguji reliabilitas instrument penelitian ini, penulis menggunakan Uji Reliabilitas dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right] \quad (\text{Suharsimi,2002:171})$$

Dimana :

- r_{11} = Reliabilitas Instrumen
- k = Banyaknya butir pertanyaan
- σb^2 = Jumlah varians butir/item
- σ^2 = Varians Total

4. Mengkonsultasikan harga r_{11} pada penapsiran indeks korelasi, yaitu :

Penapsiran Indeks Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
<0,200	Sangat rendah
0.200-0.399	Rendah
0.400-0.599	Sedang
0.600-0.799	Tinggi
0.800-1.000	Sangat Tinggi

(Suharsimi,2002:172)

Kriteria pengujian reliabilitas adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat kepercayaan 95%, maka angket variabel tersebut dikatakan reliabel.

3.6.4 Rancangan Analisis korelasi

Setelah data terkumpul berhasil diubah menjadi data interval, maka langkah selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisis korelasi yang bertujuan mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti.

Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan X dan Y disebut koefisien korelasi (r) nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1 ($-1 \leq r \leq 1$), artinya jika :

$r = 1$, hubungan x dan Y sempurna dan positif (mendekat 1, hubungan sangat kuat dan positif). $r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekat -1, hubungan sangat kuat dan negatif). $r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

Penentuan koefisien korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson (Pearson's Product Moment Coefficient Of Correlation)*, Yaitu :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(n\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{(n\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

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.

(sumber : Sugiyono, 2008: 231)

Klasifikasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.000 – 0.199	Sangat rendah
0.200-0.399	Rendah
0.400-0.599	Sedang
0.600-0.799	Kuat
0.800-1.000	Sangat Kuat

(sumber : Sugiyono, 2008: 231)

3.6.5 Rancangan Analisis Regresi

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear ganda. Menurut sugiono (2006:210) analisis regresi linear ganda digunakan oleh peneliti, bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya). jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel dependen minimum 2.

Nilai yang didapat dari analisis regresi linear ganda ini biasanya dalam bentuk persamaan. persamaan tersebut kemudian dapat menjelaskan bagaimana naik turunnya nilai X dapat mempengaruhi nilai Y.

$$\text{Rumusnya : } Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_i$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian Konsumen

e = Intersep

β = Koefisien arah regresi

X₁ = Harga

X₂ = Kualitas Produk

3.6.6 Rancangan Uji Hipotesis

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau independen variabel yaitu Harga (variabel X1) dan Kualitas produk (variabel X2), sedangkan Variable dependen adalah Keputusan pembelian (Variable Y).

Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka statistik yang akan digunakan adalah Uji F statistik dengan rumus :

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

(Sudjana, 1996:354)

Untuk mengetahui signifikan tidaknya korelasi antara variabel independen dan dependen secara simultan, digunakan uji F.

$F_{hitung} > F_{tabel}$ = Ada kesesuaian antara variabel independen dan variabel dependen. Maka H_0 di tolak.

$F_{hitung} < F_{tabel}$ = Tidak ada kesesuaian antara variabel independen dan variabel dependen. Maka H_0 diterima.

Sedangkan untuk pengujian secara parsial menggunakan uji t dengan rumus :

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

(Riduwan, 2004:280)

Keterangan :

t_{hitung} = Nilai t

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah Sampel

Untuk mengetahui signifikan tidaknya korelasi antara variabel independen

dan dependen secara parsial adalah sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ = Ada kesesuaian antara variabel independen dan variabel dependen. Maka H_0 di tolak. (signifikan)

$t_{hitung} < t_{tabel}$ = Tidak ada kesesuaian antara variabel independen dan variabel dependen. (non signifikan).

