BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan objek penelitian dan memberikan informasi dan juga dapat disimpulkan. Pada dasarnya varibel tersebut dibagi menjadi dua yaitu, variable bebas atau *Independent Variable* dan Variabel Terikat atau *Dependent Variable*

a. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian yang dilambangkan dengan (Y).

b. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel yang tidak tergantung dengan variabel lainnya disebut variabel bebas (*independent variable*). Variabel bebas umumnya dilambangkan dengan huruf X. Variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini ialah. Variasi Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan *Word of Mouth* (X_3)

2. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional varibel merupakan alat pengambilan data yang sesuai atau cocok dengan yang diperlukan. Definisi variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Keputusan Pembelian (Y)

Langkah awal yang digunakan sebelum memutuskan untuk pembelian suatu produk. Adapun indikator keputusan pembelian yang sesuai dengan objek penelitian, yaitu :

1) Sesuai Kebutuhan

Calon pembeli dengan mudah dapat menemukan produk yang dibutuhkan karena produk yang ditawarkan sesuai permintaan.

2) Mempunyai Manfaat

Pembeli akan mencari produk yang berguna dan bermanfaat

3) Ketepatan membeli produk

Pembeli akan menemukan kualitas produk sesuai dengan harga yang ditawarkan

4) Pembelian berulang

Calon pembeli merasakan kepuasan dengan transaksi sebelumnya dan akan selalu melakukan transaksi di masa yang akan datang.

b. Variasi Produk (X1)

Variasi produk merupakan unsur penting dalam melakukan pertimbangan yang dilakukan oleh seseorang dalam pengambilan

keputusan pembelian. Adapun indikator variasi produk yang sesuai dengan objek penelitian, yaitu :

1) Ciri Produk

Produk memiliki ciri khusus yang mudah dikenal oleh para konsumen

2) Harga produk

Harga produk yang terjangkau dan sesuai dengan targetnya

3) Penampilan Produk

Produk yang ditawarkan sesuai dengan yang dijelaskan pelayan kepada konsumen

c. Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan merupakan penyajian atau pelayanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan produk yang di beli paling tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Adapun indikator kualitas pelayanan yang sesuai dengan objek penelitian, yaitu :

1) Bukti Fisik

Daya Tarik dari segi fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

2) Empati

Perusahaan mampu menciptakan suasana nyaman dan mengedepankan pelanggan.

3) Keandalan

Ketepatan dalam pelayanan dan tidak melakukan kesalahan kepada konsumen.

4) Daya tanggap

Respon karyawan yang tanggap dan cepat dalam urusan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

d. Word of Mouth

Word of mouth merupakan sebuah promosi dalam bentuk komunikasi pribadi antara konsumen ke konsumen lain tentang pengalamannya mengenai produk yang dibelinya. Adapun indikator *word of mouth* yang sesuai dengan objek penelitian, yaitu :

1) Sering mendengar dalam percakapan sehari-hari

Para konsumen sering mendengar penyampaian produk sesama konsumen

2) Sering mendapat rekomendasi dari orang lain

Konsumen mendapatkan rekomendasi produk dari sesama konsumen

B. Pendekatan dan Teknik Penelitian

1. Pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif kasualitas. Dimana metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dikarenakan penelitian ini berfokus mengetahui besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti

2. Teknik Penelitian

Teknik penelitian memiliki hubungan yang erat dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang mempengaruhi dan dipengaruhi. Oleh karena itu pendekatan penelitian yang cocok ialah kuantitatif kausalitas.

Kuantitatif kausalitas merupakan penelitian yang menyelidiki hubungan sebab-akibat antar variabel yang mungkin menjadi penyebab gejala yang diselidiki. Dari variabel tersebut akan muncul variabel *dependent* dan variabel *independent*, yang selanjutnya diteliti untuk mengetahui pengaruh antar variabelnya.

Dalam penelitian ini memiliki, variasi produk, kualitas pelayanan, dan word of mouth sebagai variabel *dependent*, dan keputusan pembelian sebagai variabel *independent*

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Tempat yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah *Cafe* Ndalem simbah yang beralamat di Jl Gondang-Rejoso, Ds. Campur, Kec Gondang, Kabupaten Nganjuk. Alasan dalam pemilihan tempat sesuai di dalam latar belakang. Dimana mencakup permasalahan yang ada di dalam tempat penelitian tersebut.

2. Waktu Penelitian

Waktu dalam Penelitian ini dilakukan hingga pada masa penyelesaian skripsi manajemen kurang lebih lima bulan mulai bulan Maret 2022 – Juli 2022.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan/Minggu																			
		Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Izin Penelitian																				
2.	Pengajuan judul																				
3.	Pengajuan bab 1																				
4.	Pengajuan Bab 2																				
5.	Pengajuan Bab 3																				
6.	Penyebaran kuesioner																				
7.	Pengajuan bab IV																				
8.	Pengajuan Bab V																				

Sumber data diolah penulis : 2022

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah penelitian dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung *cafe* ndalem Simbah Gondang Nganjuk

2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari populasi yang diambil menurut prosedur tertentu atau kegunaan tertentu sehingga dapat mewakili populasinya secara representatif.

Penentuan besarnya populasi, peneliti menggunakan pendekatan roscoe. Menurut (Sugiyono, 2019) apabila analisis yang digunakan regresi linier berganda maka jumlah sampel 10 kali jumlah variabel yang diteliti.

Penelitian ini terdapat 4 variabel, terdiri dari 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Maka dapat dihitung 4x10 = 40. Maka responden yang dipakai dalam penelitian ini berjumlah 40 orang.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik incidental sampling. Menurut Sugiyono (2018) incidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang itu cocok sebagai narasumber.

E. Instrumen Penelitian

1. Pengembangan Instrumen Penelitian

Instrument penelitian merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan informasi kuantitatif tentang variasi karakteristik variabel secara objektif. *Instrument* yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket)

Angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Instrumen penelitian digunakan untuk menghasilkan data yang akurat, maka setiap instrumen dibutuhkan skala. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

Menurut (Sugiyono, 2019) skala likert memiliki gradasi sangat setuju hingga sangat tidak setuju, dengan 5 pilihan dalam skala. Yaitu :

Tabel 3.2
Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Setelah masing-masing diberi skor, selanjutnya peneliti mengembangkan instrument penelitian yang berupa kisi-kisi instrument penelitian dengan item pernyataan.

Tabel 3.3
Kisi-kisi Instrumental

No	Variabel	Indikator	Item
1	Keputusan Pembelian(Y)	Sesuai Kebutuhan	2
		Mempunyai Manfaat	2
		Ketepatan dalam Membeli	2
		Pembelian Berulang	2
2	Variasi Produk(X1)	Ciri Produk	2
		Harga Produk	2
		Penampilan Produk	2
3	Kualitas Pelayanan(X2)	Bukti Fisik	2
		Empati	2
		Keandalan	2
		Daya Tanggap	2
4	*Word Of Mouth* (X3)	Sering Mendengar Dalam Percakapan Sehari-hari	2
		Sering mendapatkan rekomendasi dari orang lain	2

Sumber : Data diolah peneliti,2022

2. Validitas dan Reliabilitas

Kuesioner yang baik harus memenuhi persyaratan validitas dan juga reliabel. Maka dari itu peneliti menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menentukan kuesioner yang telah disebar.

a. Validitas

Menurut (Hardani et al., 2020) Validitas merupakan ukuran ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Untuk mengukur uji validitas, peneliti menggunakan *Pearson Corelation* dimana nantinya penulis menemukan korelasi antar skor dari tiap pertanyaan dengan total skor variabel sebesar 5%. Dalam menentukan pernyataan yang valid penulis menggunakan pengujian r hitung dan r tabel. Dengan kriteria sebagai berikut :

1) Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka item dalam kuesioner tersebut valid.
2) jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka item dalam kuesioner tersebut tidak valid.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas

Validitas	Nomor Item	R hitung	R tabel	Ket.
Variasi Produk (X1)	1	0,911	0,602	Valid
	2	0,663	0,602	Valid
	3	0,714	0,602	Valid
	4	0,868	0,602	Valid
	5	0,888	0,602	Valid
	6	0,908	0,602	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	1	0,693	0,602	Valid
	2	0,866	0,602	Valid
	3	0,903	0,602	Valid
	4	0,894	0,602	Valid
	5	0,771	0,602	Valid
	6	0,793	0,602	Valid
	7	0,784	0,602	Valid
	8	0,886	0,602	Valid
Word Of Mouth (X3)	1	0,917	0,602	Valid
	2	0,905	0,602	Valid
	3	0,771	0,602	Valid
	4	0,671	0,602	Valid

Tabel 3.4 dilanjut pada halaman 34

Tabel 3.4 lanjutan dari halaman 33

Keputusan Pembelian (Y)	1	0,925	0,602	Valid
	2	0,658	0,602	Valid
	3	0,673	0,602	Valid
	4	0,792	0,602	Valid
	5	0,752	0,602	Valid
	6	0,746	0,602	Valid
	7	0,818	0,602	Valid
	8	0,687	0,602	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

b. Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2019) menyatakan bahwa instrumen yang reliabel merupakan instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Dalam menentukan kuesioner tersebut sudah reliabel atau belum, penulis menggunakan bantuan program spss dalam menguji data kuesioner tersebut, dan menggunakan rumus *Alpha Cronbanch.* Dengan kriteria penilaiannya sebagai berikut :

1) Apabila hasil koefisien Alpha ≥ taraf signifikansi 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
2) Apabila hasil koefisien Alpha ≤ taraf signifikansi 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	No Item	Alpha Kritis	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Variasi Produk (X1)	6	0,904	0,6	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X2)	8	0,929	0,6	Reliabel
3	*Word of Mouth (X3)*	4	0,820	0,6	Reliabel
4	Keputusan Pembelian	8	0,893	0,6	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Sumber data primer

Menurut (Hardani et al., 2020) Data primer mengacu pada data yang telah dikumpulkan secara langsung. Dalam penelitian ini data angket atau kuesioner diperoleh dari pengunjung *cafe* ndalem simbah gondang nganjuk

b. Sumber data sekunder

Menurut (Hardani et al., 2020) data sekunder adalah data yang tersedia sebelumnya yang dikumpulkan dari sumber-sumber tidak langsung atau tangan kedua misalnya dari sumber-sumber tertulis milik pemerintah atau perpustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini menyangkut jurnal ilmiah beserta buku sebagai pendukung literatur.

2. Teknik pengumpulan data

Dalam melakukan pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data, yaitu :

a. Kuesioner (angket)

Menurut (Syahza, 2021) Angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

b. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data dari kegiatan kepustakaan, baik melalui jurnal maupun buku-buku yang

terkait dengan pembahasan penelitian. Studi kepustakaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah jurnal dan buku dimulai dari tahun 2017-2022.

c. Observasi Dan Wawancara

Observasi dilakukan pada *cafe* Ndalem Simbah untuk melihat keadaan yang ada dilapangan

Wawancara dilakukan kepada konsumen *cafe* Ndalem simbah untuk mengetahui ketertarikan dalam keputusan pembelian dan juga permasalahan yang dirasakan.

G. Teknik Analisis Data

Berdasarkan teknik pengumpulan data diatas, maka teknik analisis data sebagai berikut :

1. Jenis Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif statistik, menurut (Sugiyono, 2019) analisis statistik desktiptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini melakukan pembahasan mengenai berapa besar keputusan pembelian ditinjau dari segi, variasi produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth*.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalias

Menurut (Ghozali, 2018) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variablel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam menguji pendistribusian data apakah normal atau tidak, dengan cara melihat data histogramnya. Suatu data pendistribusiannya bisa dikatakan normal, sebagai berikut :

1) Jika data mendekat pada garis diagonal, maka dikatakan regresi tersebut memenuhi normalitas
2) Jika data menjauh pada garis diagonal, maka dikatakan model regresi tersebut tidak memenuhi normalitas

b. Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Untuk menguji multikolinearitas, peneliti menggunakan table VIF dalam spss. Kriteria dalam VIF, jika nilai VIF lebih besar dari 10 maka terdapat gejala multikolinearitas, namun jika nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terdapat gejala multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2018) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-

1 (sebelumnya). Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji DW, digambarkan sebagai tabel 3.6.

Tabel 3.6
Uji DW

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	0< d < dl
Tidak ada autokorelasi positif	No Desicison	Dl ≤ d ≤ du
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	4- dl < d < 4
Tidak ada autokorelasi negative	No Desicison	4 – du ≤ d ≤ 4 – dl
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Tidak ditolak	du < d < 4 – du

Sumber : (Ghozali, 2018)

d. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance tetap sama maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

Dalam mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, dapat dilakukan dengan cara melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dengan dasar analasis :

1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola yang terartur, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas
2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sugiyono, 2019) Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukan arah hubungan antara variabel dependen dengan independent.

Menurut (Sugiyono, 2019) perumusan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\boxed{\mathbf{Y = a+b1X1 + b2X2 + b3X3 + e}}$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Bilangan Konstanta

b1 = Koefisien Regresi Variasi Produk

b2 = Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan

b3 = Koefisien Regresi *Word of Mouth*

x1 = Variasi Produk

x2 = Kualitas Pelayanan

x3 = *Word of Mouth*

e = Kesalahan Prediksi (*Standart Error)*

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (parsial)

Menurut (Muhid, 2019) dalam beberapa praktik penelitian survei sering kali para peneliti ingin membuktikan apakah ada hubungan masing-masing variabel bebas (independent variable) secara parsial/sendiri-sendiri

terhadap variabel terikat (dependent variabel). Lebih sederhananya asumsi menguji signifikansi antara variabel x dan y, apakah variabel x1,x2,x3 berpengaruh pada variabel y.

1) Merumuskan Hipotesis

   Ho : Variasi produk (x1) kualitas pelayanan (x2) *word of mouth* (x3) secara parsial tidak berpengaruh pada keputusan pembelian (y)

   Ha : Variasi produk (x1) kualitas pelayanan (x2) *word of mouth* (x3) secara parsial berpengaruh pada keputusan pembelian (y)

2) Menentukan tingkat signifikasi sebesar (α=0,05)

3) Menganalisis data penelitian

b. Uji F (Simultan)

Menurut (Muhid, 2019) Uji F digunakan untuk menguji hipotesis komparatif tiga sampel atau lebih bila datanya berbentuk ordinal. Juga bisa dikatakan untuk mengetahui secara bersama apakah variabel x1,x2,x3 berpengaruh pada variabel y

5. Uji Koefisien determinasi (r^2)

Menurut (Muhid, 2019) untuk mengetahui berapa nilai koefisien determinasi (r^2) untuk dipakai sebagai cara melihat sejauh mana sumbangan efektif (SE) masing-masing variabel bebas (x) terhadap tergantung (y). Dengan jika nilai r^2 mendekati 1 maka menandakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, dan apabila sebaliknya r^2 kecil maka variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen terbatas.