

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menunjukkan hubungan antar variabel, menguji teori, dan mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediktif⁵¹. Penelitian ini merupakan penelitian korelasional (*correlational research*), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasi⁵². Penelitian ini mencari hubungan dan besarnya hubungan antara faktor atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen di **COFFEE TOFFEE®** Post Shop Surabaya.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah **COFFEE TOFFEE®** Post Shop Surabaya, Jl Taman Apsari Surabaya depan Gedung Grahadi tepatnya berdempetan dengan Post Shop Surabaya.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

⁵¹ Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, hal.14

⁵² Sumadi Suryabrata, 1998, *Metodologi Penelitian*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hal. 24

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁵³. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli sejak bulan Mei hingga Juni 2014 di **COFFEE TOFFEE®** Post Shop Surabaya.

Setelah menentukan populasi, selanjutnya adalah menentukan sampel penelitian. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah suatu himpunan bagian dari populasi yang anggotanya disebut sebagai subjek sedangkan anggota populasi adalah elemen populasi⁵⁴. Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti⁵⁵. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif.

Untuk menentukan sampel dari penelitian ini peneliti menggunakan teknik Quota sampling. Yaitu teknik yang pengambilan sampel yang dikarenakan peneliti banyak mengalami keterbatasan sehingga yang bersangkutan menentukan sejumlah subjek untuk dijadikan responden dalam penelitiannya⁵⁶. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki sejumlah keterbatasan yaitu mengenai waktu penelitian dan sangat beragamnya obyek yang akan diteliti. Oleh karena itu peneliti menggunakan teknik quota *sampling* ini. Peneliti menentukan sampel dalam penelitian ini yaitu 100 pembeli produk **COFFEE TOFFEE®** selama bulan Juni 2014.

⁵³ Sugiyono, *Op. Cit.*, hal. 80

⁵⁴ Puguh Suharso, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, Indeks, Jakarta, hal. 56

⁵⁵ Dwi Priyatno, 2009, *Mandiri Belajar SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, hal. 9

⁵⁶ Muhammad Idrus, 2009, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Erlangga, Jakarta, hal. 97

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya⁵⁷. Hatch dan Farhady menyatakan bahwa variabel adalah atribut seseorang atau obyek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Kerlinger menyatakan bahwa variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari⁵⁸. Dari pengertian-pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut dari seseorang atau obyek yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini, ada dua jenis variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen⁵⁹. Variabel independen berdiri sendiri. Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah atribut produk (X). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen (Y).

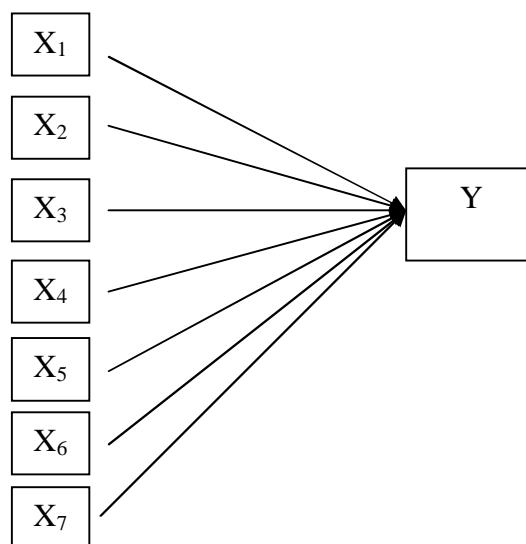
⁵⁷ Sugiyono, 2010, *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, hal. 2

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hal. 38

⁵⁹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian.*, hal. 4

Dalam penelitian ini, variabel *product attribute* meliputi variabel:

- a. Kualitas Produk (X_1)
- b. Fitur Produk (X_2)
- c. Desain Produk (X_3)
- d. Merek (X_4)
- e. Kemasan (X_5)
- f. *Labelling* (X_6)
- g. Layanan pelengkap (X_7)



$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Untuk mengukur jawaban responden, dalam penelitian ini dipakai skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial yang telah ditentukan oleh peneliti. Dengan segala

likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai acuan untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan⁶⁰.

2. Indikator Penelitian

Indikator *product attribute* yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Kualitas produk

- 1) Rasa
- 2) Aroma
- 3) Tekstur
- 4) Racikan
- 5) Warna
- 6) Keasaman
- 7) Kadar rasa manis
- 8) Ukuran penyajian

b. Fitur

- 1) Kemenarikan *coffe art*
- 2) Kelebihan rasa dibanding gerai sejenis yang lain
- 3) Keunikan rasa dibanding gerai sejenis yang lain
- 4) Konsistensi rasa (terhadap pemberian topping dan lain-lain)

⁶⁰ Sugiyono *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hal.93

- 5) Kenikmatan produk kopi
 - 6) Kenikmatan produk teh
 - 7) Kenikmatan produk cokelat
- c. Desain
- 1) Keunggulan rasa
 - 2) Manfaat produk tentang menyegarkan tubuh
 - 3) Manfaat produk tentang penghilang stress
- d. Merek
- 1) Keterkenalan merek
 - 2) Baiknya citra merek
 - 3) Konsistensi pembelian
 - 4) Merek yang bisa menambah percaya diri
- e. Kemasan
- 1) Kemenarikan kemasan
 - 2) Kemudahan dalam membawa
 - 3) Fungsi melindungi isi dan rasa
- f. *Labelling*
- 1) Kemenarikan label
 - 2) Fungsi promosi label
 - 3) Fungsi menjelaskan kualitas
 - 4) Fungsi identifikasi merek atau produk
- g. Layanan pelengkap
- 1) Suasana ruangan

- 2) Tempat parkir
- 3) *Take away*
- 4) Toilet
- 5) Penyediaan menu makanan
- 6) Keterbukaan menerima komplain
- 7) Promosi yang menarik
- 8) *Delivery*

Indikator *purchasing decision* dalam penelitian ini adalah:

- a. Pengenalan kebutuhan
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternatif
- d. Keputusan pembelian
- e. Perilaku purna pembelian

Dari indikator diatas, penulis menyusun 42 pertanyaan yang akan dijawab oleh responden.

E. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam tahap-tahap penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Menemukan, memilih, dan merumuskan masalah

Setiap penelitian didasarkan pada permasalahan yang dihadapi. Permasalahan itu bisa tentang ketidak sesuaian dengan teori, keunikan,

kekurangan, ataupun kelebihan dari suatu obyek sehingga menarik untuk diteliti.

2. Menyusun kerangka teori

Langkah selanjutnya adalah memantapkan diri untuk meneliti masalah tersebut dengan teori yang berhubungan. Yaitu tentang *product attribute* dan *purchasing decision*.

3. Merumuskan hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara yang dibuat sebelum penelitian dilakukan. Hipotesis tersebut dibuat berdasarkan teori dan analisa sementara peneliti. Selanjutnya hipotesis itu akan dibuktikan dengan data-data yang telah diperoleh.

4. Memilih alat pengumpulan data

Dalam proses pemilihan alat pengumpulan data, peneliti memutuskan untuk menggunakan kuesioner yang akan disebar pada 100 responden. Data yang didapat dari kuesioner adalah data primer. Dan untuk mendapatkan data sekunder seperti profil perusahaan, peneliti menggunakan metode dokumentasi yaitu dengan cara mengunjungi *official site* dari Coffee Toffee.

5. Menganalisis data yang telah didapatkan dan menyajikannya.

Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis. Analisis diarahkan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang

diajukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 19.0.

Data hasil analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan. Penyajian data dapat menggunakan tabel, tabel distribusi frekuensi, grafik garis, grafik batang, digram lingkaran, dan pictogram.

Setelah melakukan analisis, akan dilakukan pengujian hipotesis. Selanjutnya, akan dilakukan pembahasan terhadap hasil penelitian. Pembahasan terhadap hasil penelitian merupakan penjelasan mendalam dan interpretasi terhadap data-data yang telah disajikan. Pembahasan tersebut mengenai hasil pengujian hipotesis yang disesuaikan dengan teori.

6. Mengambil kesimpulan

Setelah dilakukan analisa terhadap data yang didapatkan dan pembahasan yang mendalam, tugas peneliti selanjutnya adalah mengambil kesimpulan. Kesimpulan yang dibuat adalah kesimpulan singkat yang menjawab rumusan masalah.

Penelitian ini diawali dengan adanya masalah yang kemudian dibuktikan dengan penggalian data. Oleh karena itu peneliti mempunyai kewajiban untuk memberikan saran.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini terdapat tiga teknik pengumpulan data. Yaitu kuesioner, wawancara, dan observasi.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya⁶¹. Kuesioner merupakan teknik teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Dengan menggunakan kuesioner, data langsung dari responden bisa didapatkan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data primer dari responden. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup dengan skala likert dan langsung diberikan kepada sumber data. Responden akan disilahkan untuk memilih respon SS (Sangat Setuju) dengan skor 5, S (Setuju) dengan skor 4, R (Ragu-ragu) dengan skor 3, TS (Tidak Setuju) dengan skor 2, atau STS (Sangat Tidak Setuju) dengan skor 1.

⁶¹ Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, hal. 199

2. Dokumentasi

Dalam penelitian ini juga dilakukan metode dokumentasi untuk melengkapidata berupa profil, data penjualan, dan lain-lain.yaitu dengan mengunjungi official site Coffee Toffee.

G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Data yang valid akan didapatkan dari instrumen yang valid. Untuk menguji validitas instrumen, peneliti menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) dengan bantuan program IBM SPSS 19.Koefisien korelasi item-total dengan *Bivariate Pearson* dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi (bivariate pearson)

x = Variabel Independen

y = Variabel Dependen

n = Banyaknya subjek

Dari hasil analisis akan didapat nilai korelasi (r hitung). Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka instrumen (pertanyaan) tersebut valid dan bisa diteruskan ke penelitian.Jika r hitung lebih kecil dari r

tabel, berarti pertanyaan tersebut tidak valid. Pertanyaan tersebut harus di ganti atau diperbaiki.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, ketepatan, dan konsistensi kuesioner dalam mengukur variabel⁶². Penelitian menguji reliabilitas instrumen menggunakan Koefisien korelasi keandalan Alpha (Cronbach's Alpha).

$$CA = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

CA	= Reliabilitas instrument (nilai alpha)
K	= banyaknya butir pertanyaan
$\sum \sigma_b^2$	= Jumlah varian butir
σ_1^2	= varian total

Uji signifikansi dilakukan pada taraf signifikansi 0,05, artinya instrument dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari r kritis *product moment*.

⁶²Hengky Latan dan Selva Temalagi, 2013, *Analisis Multivariate Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Alfabeta, Bandung, hal. 46.

H. Teknik Analisa Data

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas akan dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogrov-Smirnov test* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

2. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Uji asumsi klasik multikolinieritas hanya dapat dilakukan jika terdapat lebih dari satu variabel independen dalam model regresi⁶³.

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Dalam penelitian ini uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* pada model regresi.

⁶³ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Ibid.*, hal. 63

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi⁶⁴. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas⁶⁵.

Ada beberapa metode pengujian heteroskedastisitas yang bisa digunakan diantaranya yaitu uji park, Uji Glejser, melihat pola grafik regresi dan uji koefisien korelasi spearman⁶⁶. Pada penelitian ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas dengan mengamati grafik Scatterplot.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan⁶⁷.

⁶⁴Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS.*, hal. 43

⁶⁵Hengky Latan, *Analisis Multivariate menggunakan program IBM SPSS 20.0*, hal. 66

⁶⁶Dwi Priyatno, *Op.Cit*, hal. 42

⁶⁷Dwi Priyatno, *Op. Cit.*, hal. 73

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut⁶⁸:

$$\mathbf{Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n}$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X = Variabel independen

a. Analisis Korelasi Ganda (R)

Analisis korelasi ganda (R) digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak.

Menurut Sugiyono, dalam buku Dwi Priyatno, menyatakan pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 – 0,199 = sangat rendah

0,20 – 0,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = kuat

0,80 – 1,000 = sangat kuat

⁶⁸ Dwi Priyatno, *ibid.*

b. Analisis Determinasi

Sedangkan analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi secara bersama-sama (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y)⁶⁹. Dengan kata lain, uji F ini dapat digunakan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi sebuah variabel dependen atau tidak.

F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

n = jumlah data atau kasus

k = jumlah variabel independen

Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara variabel

⁶⁹Dwi Priyatno, *Op. Cit.*, hal. 81

independen (lebih dari dua) secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

b. Uji Koefisien Regresi secara parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen⁷⁰.

T hitung dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

R = koefisien korelasi parsial

K = Jumlah variabel independen

N = jumlah data atau kasus

Dengan ketentuan, H_0 ditolak jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$.

⁷⁰ Dwi Priyatno, *Op. Cit.*, hal. 85