

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Sebagai unit analisis, pelanggan dari *The Gade Coffee & Gold* Bogor yang beralamat di Jalan Merdeka 156 Ciwaringin Bogor Tengah dijadikan objek dalam penelitian ini.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif dan asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:13) “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain”. Sedangkan penelitian asosiatif adalah penelitian dalam mengukur pengaruh atau hubungan antara variabel penelitian (Sugiyono, 2017:13). Menurut Sugiyono (2017:8) “Pendekatan kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang dilakukan untuk meneliti sampel tertentu. Jadi disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan keadaan sebenarnya tentang pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan data berupa angka yang didapatkan dari nilai mutu jawaban responden.

C. Variabel dan Pengukuran

Jumlah variabel pada penelitian ini terdiri dari 4 variabel bebas yaitu *customer value* (X_1), *cost to customer* (X_2), *convenience* (X_3) dan *communication* (X_4) dan satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y), dengan definisi, indikator dan skala pengukuran sebagai berikut:

Tabel 1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	No Pertanyaan	Pengukuran
<i>Customer Value</i> (X_1)	mengacu pada perbedaan antara manfaat yang didapatkan konsumen melalui akses atau kepemilikan dan pemakaian sebuah produk atau jasa, dan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh manfaat tersebut. Tjiptono (2015:118)	<i>Emotional value</i>	1-5	Ordinal
		<i>Sosial value</i>	6-10	Ordinal
		<i>Quality/performance value</i>	11-13	Ordinal
		<i>Price/value of money</i>	14-16	Ordinal
		Sweneey dan Soutar dalam Tjiptono (2014:310)		
<i>Cost to Customer</i> (X_2)	Elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya, di mana harga pun dapat mengkomunikasikan posisi nilai yang	Keterjangkauan harga	17-21	Ordinal
		Harga sesuai daya saing	22-36	Ordinal
		Kesesuaian harga dengan kualitas	27-31	Ordinal
		Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	32-36	Ordinal

	dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar			
	Kotler dan Keller. (2016:67)	Anggito dan Setiawan (2018:71)		
<i>Convenience</i> (X3)	merupakan persepsi pelanggan terhadap waktu dan usaha berkaitan dengan pembelian atau pemakaian suatu produk.	<i>Decision Convenience</i>	37-41	Ordinal
		<i>Access convenience</i>	42-46	Ordinal
		<i>Transaction convenience</i>	47-51	Ordinal
		<i>Post benefit convenience</i>	52- 56	Ordinal
	Berry et al dalam Tjiptono (2016:73)	Berry et al dalam Tjiptono (2016:73)		
<i>Communication</i> (X4)	Komunikasi pemasaran adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk	<i>Advertising</i>	57-61	Ordinal
		<i>Sales promotion</i>	62-66	Ordinal
		<i>Event and experience</i>	67-71	Ordinal
		<i>Online and social media marketing</i>	72-76	Ordinal

	membeli produk itu. Kotler dan Armstrong (2016:77)	Kotler dan Keller (2016:582)		
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah sebuah rangkaian proses yang diawali dari pengungkapan keinginan terhadap produk, dan melakukan pencarian informasi terhadap produk tersebut serta melakukan evaluasi tentang seberapa baik perbandingan pilihannya tersebut untuk menjawab kebutuhannya dan mengarah kepada keputusan pembelian Tjiptono (2016:21)	Pilihan tempat	77-80	Ordinal
		Kelompok referensi	81-84	Ordinal
		Persepsi kualitas	85-88	Ordinal
		Komunikasi eksternal kepada pelanggan	89-92	Ordinal
		Faktor pribadi	93-96	Ordinal
		Valaei, Rajael dan Shahijan (2016), Joesyiana (2018)		

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Sugiyono (2017:80) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik

kesimpulannya. Pada penelitian ini populasi adalah pelanggan *The Gade Coffee & Gold Bogor*

2. Sampel Penelitian

Sugiyono (2017:81) berpendapat bahwa sampel adalah sebagai bagian dari jumlah populasi yang ada. Dalam menentukan jumlah sampel, digunakan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2} = 0 \quad \text{Siregar (2013:34)}$$

Keterangan:

n = sampel

Z = tingkat signifikan (1,96)

p = proporsi populasi (0,07)

q = 1 - p

e = perkiraan tingkat kesalahan (5%)

Jadi besarnya sampel yang digunakan adalah :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,07 \cdot (1 - 0,07)}{(0,05)^2} = \frac{0,2500}{0,0025} = 100$$

Dari perhitungan tersebut maka pada penelitian ini ditentukan jumlah sampel sebanyak 100 responden, maka pada penelitian ini ditentukan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik non probability *sampling* yaitu *accidental sampling* di mana responden ditentukan berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang ditemui di lokasi penelitian maka akan dimintai pendapatnya melalui kuesioner penelitian.

E. Metode Pengumpulan Data

Prosedur penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam proses penelitian sehingga terkumpul data-data yang akurat. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa hasil tanggapan responden atas kuesioner yang diberikan dengan prosedur pengumpulan data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari bahan-bahan literatur yang berhubungan dengan topik penelitian yang dibahas.

2. Studi Lapangan

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian langsung serta menganalisa data yang tersedia di lapangan dengan menggunakan teknik kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden yang telah ditentukan isi dan materinya sesuai dengan operasional variabel yang terkandung di dalam setiap variabel yang diteliti.

F. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini, digunakan teknik pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner. Teknik ini adalah teknik mendapatkan jawaban responden atas setiap pertanyaan yang disusun sesuai variabel yang diteliti yang hasilnya merupakan sumber data kuantitatif untuk dilakukan penelitian sesuai rumusan dalam penelitian. Adapun nilai mutu atas kuesioner yang

dibentuk dengan menggunakan skala *likert* poin 1 – 5 dengan rincian sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Kurang Setuju (KS)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

G. Metode Analisis Data

Berikut adalah tahapan dalam metode analisis data dalam menjawab setiap rumusan masalah:

1. Kalibrasi Instrumen.

Setelah kuesioner terbentuk maka untuk menguji validitas dan reliabilitas dari kuesioner yang dibentuk oleh penulis, maka penulis melakukan uji validitas dan reliabilitas seperti di bawah ini:

- a. Uji Validitas. “ adalah untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur, maka kuesioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin di ukurnya” (Ghozali, 2013:52). Perhitungan uji validitas dengan menggunakan bantuan aplikasi komputer yaitu SPSS. Teknik yang digunakan untuk uji validitas dengan menggunakan teknik korelasi *ProductMoment Pearson* dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{hitung} = Koefisien korelasi

ΣX_1 = Jumlah skor item

ΣY_1 = Jumlah skor total (seluruh item)

n = Jumlah responden

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika probabilitas < 0,05 atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan valid
 - 2) Jika probabilitas > 0,05 atau $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan tidak valid
- b. Uji reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut di ulang. Dalam penelitian ini untuk uji reliabilitas menggunakan teknik koefisien *cronbach alpha* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan/banyaknya soal

$\Sigma \sigma b^2$: Jumlah varians total

$\Sigma \sigma t^2$: Varians total

Dalam uji reliabilitas, instrumen dapat dikatakan reliabel bila nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.

2. Analisis Statistik Deskripsi

Sugiyono (2017:21) berpendapat bahwa “Analisa statistik deskriptif merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi”.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan dalam mengukur model penelitian melalui rangkaian analisa sebagai berikut:

- a. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *one sample test kolmogorov - Smirnov*, dengan tujuan untuk mengetahui apakah data dari masing-masing variabel data berdistribusi normal atau tidak normal. Hipotesis yang akan diuji yaitu H_0 yang berarti data berdistribusi normal dan H_1 data tidak berdistribusi normal dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu : tolak H_0 jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan terima H_0 jika nilai signifikansi $> 0,05$.
- b. Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model ganda ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Hipotesis pada uji ini adalah H_0 : Terjadi kolinearitas antara variabel bebas dan H_1 : Tidak terjadi kolinearitas antar variabel bebas dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu jika nilai tolerance $< 0,10$ atau VIF > 10 maka terima H_0 dan jika nilai tolerance $> 0,10$ atau VIF < 10 maka tolak H_0 .

- c. Uji Heteroskedastisitas merupakan uji kualitas data yang dilakukan dalam menentukan tidak adanya heteroskedastisitas dalam model regresi dengan metode glejser. Dasar pengambilan keputusan jika $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, dan jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Data yang baik adalah data yang tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- d. Uji autokorelasi merupakan analisis kualitas data yang dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Pengujian menggunakan teknik Durbin Watson dengan asumsi:
- 1) Jika $dw > dU$ dan jika $dw < (4-dU)$ maka tidak terdapat gejala autokorelasi
 - 2) Jika $dw < dU$ dan jika $dw > (4-dU)$ maka terdapat gejala autokorelasi

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisa Regresi linier Berganda. Untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian yang telah ditetapkan dari jawaban sementara atas rumusan masalah maka dilakukan analisis regresi linier berganda yaitu metode yang dipakai guna menggambarkan pengaruh secara simultan antara variabel dependen (Y) dengan dua atau lebih dari dua variabel independen (X_1) dan (X_2). Dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y	: Keputusan pembelian
α	: Nilai Intersep (konstanta)
β_1	: Koefisien regresi <i>customer value</i>
β_2	: Koefisien regresi <i>cost to customer</i>
β_3	: Koefisien regresi <i>convenience</i>
β_4	: Koefisien regresi <i>communication</i>
X ₁	: <i>Customer value</i>
X ₂	: <i>Cost to customer</i>
X ₃	: <i>Convenience</i>
X ₄	: <i>Communication</i>
e	: Nilai residu atau variabel lain yang tidak diteliti

5. Uji Hipotesis

- a. Uji Parsial (t-test). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan α : 0.05. Jika nilai probabilitas > 0.05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H₀ diterima dan H₁ ditolak, yang berarti bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat, sedangkan jika nilai probabilitas < 0.05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H₁ diterima dan H₀ ditolak yang menandakan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara signifikan.
- b. Uji Simultan (f-test). Dalam pengujian ini menguji dilakukan untuk menguji ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama antara variabel bebas lebih dari 1 variabel terhadap

variabel terikat secara bersamaan, dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu jika nilai probabilitas < 0.05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan jika nilai probabilitas > 0.05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

6. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat .

Secara matematis koefisien determinasi dapat dicari dengan persamaan

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 =Koefisien Korelas