

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Jenis penelitiannya ini merupakan penelitian kuantitatif dengan penelitian asosiatif. Metode kuantitatif dipakai didalam penelitiannya ini dengan jumlah populasi dan sampelnya yang sudah ditentukan (Sugiyono, 2017:8). Data dari sampel yang diteliti, didapat melalui sebaran instrumen penelitian. Setelah data terkumpul dan diolah dalam bentuk tabulasi, maka dilakukanlah analisis untuk mendapatkan kesimpulan

Penelitiannya ini ialah penelitian kuantitatif dengan rancangan penelitian deskriptif. Menurut (Arikunto, 2019:27) menjelaskan penelitian kuantitatif dituntut menggunakan bulangan, diawali dengan proses pengumpulan data, olah data dalam master sheet dan analisis data dengan menggunakan uji statistik yang ditentukan sebelumnya. Setelah itu ditampilkan hasil ujinya.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Sifat penelitiannya ini ialah asosiatif. (Sugiyono, 2014: 55) menjabarkan bahwa penelitian asosiatif bertujuan untuk menganalisis ada tidaknya hubungannya diantara variabel bebasnya dan terikatnya. Variabel penelitiannya ini mencakup Motivasi Konsumen ( $X_1$ ), Persepsi Kualitas ( $X_2$ ), dan Sikap Konsumen ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

### 3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### 3.3.1 Lokasi Penelitian

Peneliti memilih lokasi penelitiannya di Burger Ramly di Kota Batam.

#### 3.3.2 Periode Penelitian

Penelitiannya ini dilangsungkan mulai Agustus sampai Desember 2021.

**Tabel 3.1** Periode Penelitian

| No | Kegiatan              | 2021    |    |    |               |    |             |              |    |          |    |    |  |
|----|-----------------------|---------|----|----|---------------|----|-------------|--------------|----|----------|----|----|--|
|    |                       | Agustus |    |    | Septem<br>ber |    | Okto<br>ber | Novemb<br>er |    | Desember |    |    |  |
|    |                       | 16      | 24 | 26 | 15            | 27 | 6           | 16           | 30 | 01       | 17 | 20 |  |
| 1  | Pengajuan Judul       | ■       |    |    |               |    |             |              |    |          |    |    |  |
| 2  | Studi Pustaka         |         | ■  | ■  | ■             |    |             |              |    |          |    |    |  |
| 3  | Metedologi Penelitian |         |    |    | ■             | ■  | ■           |              |    |          |    |    |  |
| 4  | Pembagian Kuesioner   |         |    |    |               |    |             | ■            |    |          |    |    |  |
| 5  | Penverahan Kuesioner  |         |    |    |               |    |             |              | ■  |          |    |    |  |
| 6  | Pengolahan Data       |         |    |    |               |    |             |              |    | ■        |    |    |  |
| 7  | Kesimpulan            |         |    |    |               |    |             |              |    |          | ■  |    |  |
| 8  | Pengumpulan Softcover |         |    |    |               |    |             |              |    |          |    | ■  |  |

Sumber: Peneliti, 2021

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasinya ialah karaktersitik individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian. Populasi tersebut ditentukan oleh peneliti sendiri untuk dilakukan penelitian (Sugiyono, 2017:80). Pada penelitian ini, populasinya ialah seluruh konsumen Burger Ramly di Kota Batam Yang Berjumlah 123 Orang.

### **3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel**

Sampel ialah anggota populasi yang disiapkan peneliti untuk dilakukan penelitian (Arikunto, 2019:174). Teknik *nonprobability* yang tidak memerikan kesempatannya yang sama bagi populasinya yang akan dipakai sebagai sampel penelitian. Peneliti mengambil sampel yaitu sebagian pembeli Burger Ramly di Kota Batam selama periode penelitian sebanyak 123 responden.

### **3.4.3 Teknik *Sampling***

Peneliti ini memakai *accidental sampling*, yakni teknik penentuan sampelnya dengan menjadikan calon responden yang tidak sengaja bertemu untuk dijadikan sebagai responden.

## **3.5 Sumber Data**

### **3.5.1 Penelitian Kepustakaan**

Sebuah penelitiannya terhadap hasil penelitian yang dimiliki dengan tujuan didalam meletakkan tinjauan pustaka tentang kasus inti yang sedang dikaji. (Sugiyono, 2017:7).

### **3.5.2 Penelitian Lapangan**

Penelitian lapangannya dilangsungkan dengan cara (Sugiyono, 2017:7) yakni :

- 1) Observasi, dilaksanakan peneliti dengan tujuan untuk mengumpulkan data penelitian dengan melihat sendiri dan tidak diwakilkan oleh orang lain dalam interaksi peneliti dengan responden.

- 2) Kuesioner, peralatan yang dipergunakan didalam mengumpulkan data dengan teknik sebaran susunan pertanyaan kepada responden yaitu konsumen Burger Ramly di Kota Batam. untuk dijawab.
- 3) Dokumentasi, yakni cara pengumpulan datanya dengan menganalisa dokumennya (Sugiyono, 2017:329).

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data didalam penelitiannya ini memakai teknik berikut:

#### 3.6.1 Kuesioner

Kuesioner berupa daftar pertanyaannya yang tertulis yang akan disebar serta dijawab oleh respondennya (Sugiyono, 2017:142). Pengukuran variabel dengan memakai skala *likert* yang memakai lima variasi, sebagai berikut ;

**Tabel 3.2** Skala Likert

| <u>Skala Likert</u>        | <u>Kode</u> | <u>Nilai</u> |
|----------------------------|-------------|--------------|
| <u>Sangat Setuju</u>       | SS          | 5            |
| <u>Setuju</u>              | S           | 4            |
| <u>Netral</u>              | N           | 3            |
| <u>Tidak Setuju</u>        | TS          | 2            |
| <u>Sangat Tidak Setuju</u> | STS         | 1            |

**Sumber :** (Sugiyono, 2017:142)

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

#### 3.7.1 Variabel Bebas

Variabel yang menjelaskan ataupun memerikan pengaruhnya terhadap variabel lainnya. Variabel bebasnya yakni Motivasi Konsumen (X1), Persepsi Kualitas (X2), dan Sikap Konsumen (X3).

### 3.7.2 Variabel Terikat

Variabel yang dijelaskan oleh variabel indepoenden. Variabel terikatnya penelitiannya ini ialah Keputusan pembelian (Y). Definisi operasional bisa dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini ;

**Tabel 3.3** Definisi Operasional Variabel

| Variabel               | Definisi Variabel  | Indikator   | Skala         |
|------------------------|--|---|---------------|
| Motivasi Konsumen (X1) | Motivasi sebagai dorongan dalam diri konsumen yang mempengaruhinya didalam melangsungkan transaksi jual beli sebagai salah satu faktor psikologi yang berpengaruh pada diri konsumen untuk melangsungkan transaksi jual beli atau tidak. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Dorongan kebutuhan akan memiliki produk</li> <li>2) Dorongan kebutuhan akan menggunakan produk setiap saat</li> <li>3) Dorongan untuk menunjang penampilan</li> <li>4) Dorongan akan tren yang sedang terjadi di lingkungan sosial</li> <li>5) <u>Dorongan kegemaran akan produk</u></li> </ol> | <i>Likert</i> |
| Persepsi Kualitas (X2) | Persepsi kualitas produk ialah kemampuan hasil produksi yang berhubungan dengan kemampuan sebuah produk berupa kemampuan untuk bisa memberikan memunculkan perasaan puas pelanggan (Tunjungsari & Iriani, 2017:702).                     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) <i>Performance</i></li> <li>2) <i>Features</i></li> <li>3) <i>Realibility</i></li> <li>4) <i>Conformance</i></li> <li>5) <i>Durability</i></li> </ol>   | <i>Likert</i> |
| Sikap Konsumen (X3)    | sikap konsumen adalah kecenderungan konsumen untuk siap dalam menanggapi produk atau jasa. Sikap itu terlihat dari perlakuan konsumen dalam memberikan persepsi dan tanggapan terhadap sebuah produk.                                    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Suka dengan produk</li> <li>2) Nyaman saat mengkonsumsi produk</li> <li>3) Percaya dengan penjual produk</li> </ol>   | <i>Likert</i> |

**Tabel 3.4** Lanjutan

| <b>Variabel</b>                   | <b>Definisi Variabel</b>  | <b>Indikator</b>   | <b>Skala</b>  |
|-----------------------------------|---|--|---------------|
| Keputusan Transaksi jual beli (Y) | Keputusan transaksi jual beli merupakan hasil dari proses setelah melakukan pertimbangan. Proses pertimbangan tersebut dimulai dari analisis akan perlu tidaknya mendapatkan produk, melakukan pencarian info seputar produk yang akan dibeli, juga mempertimbangkan produk produk lain yang akan dibeli. | 1) Transaksi jual beli product<br>2) Transaksi jual beli merk<br>3) Pemilihan perantara<br>4) Penentuan time<br>5) Besaran | <i>Likert</i> |

**Sumber:** Peneliti, 2021

### 3.8 Metode Analisa Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Statistik yang dipakai dalam upaya melakukan analisa data melalui upaya melakukan deskripsi data sebagaimana adanya (Sugiyono, 2017:147).

**Tabel 3.5** Kriteria Analisis Deskriptif

| <u>Rentang Kategori Skor</u> | <u>Penafsiran</u>                 |
|------------------------------|-----------------------------------|
| 1,00 – 1,79                  | Sangat Tidak Baik / Sangat Rendah |
| 1,80 – 2,59                  | Tidak Baik / Rendah               |
| 2,60 – 3,39                  | Cukup / Sedang                    |
| 3,40 – 4,19                  | Baik / Tinggi                     |
| 4,40 – 5,00                  | Sangat Baik / Sangat Tinggi       |

**Sumber :** (Sugiyono, 2017:147)

### 3.8.2 Uji Kualitas Data

#### 3.8.2.1 Uji Validitas Instrumen

Instrumen pengukur dianggap valid yang dipergunakan didalam mengukur apa diharuskan dilakukan pengukuran. Uji validitasnya dapat dihitung dengan rumus:

$$r = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2][n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$$

**Rumus 3.1**  
Korelasi *Pearson Product Moment*

**Sumber :** (Ghozali, 2018:51)

Keterangan :

$R_{hitung}$  = Koefisien korelasi

$X_i$  = Jumlah skor item

$Y_i$  = Jumlah skor total (seluruh item)

n = Jumlah responden

Uji validitas dilakukan dengan tingkat sig. 0.05 dengan kriterianya yakni:

1. Bila r hitungnya > r tabelnya berarti itemnya dinyatakan valid.
2. Bila r hitungnya < r tabelnya maka itemnya dinyatakan tidak valid.

**Tabel 3.6** Tingkat Validitas

| Interval Koefisien Korelasi | Tingkat Hubungan |
|-----------------------------|------------------|
| 0,80 – 1,000                | Sangat Kuat      |
| 0,60 – 0,799                | Kuat             |
| 0,40 – 0,599                | Cukup Kuat       |
| 0,20 – 0,399                | Rendah           |
| 0,00 – 0,199                | Sangat Rendah    |

**Sumber :** (Ghozali, 2018:51)

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Item pernyataannya dinyatakan reliable jika tanggapan respondennya terhadap pernyataan berkonsisten dengan nilai Cronbach Alpha  $> 0.70$  (Ghozali, 2018:46). Peneliti menggunakan program SPSS untuk memudahkan perhitungan. Berikut tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas.

**Tabel 3.7** Indeks Koefisien Reliabilitas

| Nilai Interval | Kriteria      |
|----------------|---------------|
| $< 0,20$       | Sangat Rendah |
| $0,20 - 0,399$ | Rendah        |
| $0,40 - 0,599$ | Cukup         |
| $0,60 - 0,799$ | Tinggi        |
| $0,80 - 1,00$  | Sangat Tinggi |

**Sumber :** (Ghozali, 2018:53)

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitasnya bertujuan menganalisis apakah didalam model regresinya, variabel pengganggunya terdistribusi normal (Ghozali, 2018:161). Uji normalitasnya bisa diujikan dengan *Histogram Regression Residual* serta nilai Kolmogrov-Smirvon; ataupun *Probability Signya*  $> 0,05$  (Ghozali, 2018:27) Normal ataupun tidaknya teridentifikasi dengan mengamati perolehan normal pplot dengan asumsinya yakni:

1. Bila datanya tersebar, menuju garis diagonal, maka pengansumsian normalitasnya sudah dipenuhi.
2. Bilamana datanya tersebar, menjauhi garis diagonal, maka pengansumsian normalitasnya tidak dipenuhi.

### 3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

(Ghozali, 2018:107-:108) menjelaskan uji multikolinieritas dimaksudkan didalam mengujikan model regresinya ditemui berkorelasi diantar variabel bebasnya (independen). Adanya multikoliniertias yakni perolehan Tolerancinya  $> 0,1$  dan perolehan VIF  $< 10$ .

### 3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

(Ghozali, 2018:137-:138) mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas bisa diamati melalui grafik plotnya, jika tidak berpola jelas, serta titiknya menyebarluas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidaklah terjadinya heteroskedastisitas.

## 3.8.4 Uji Pengaruh

### 3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

(Ghozali, 2018:95) memberikan pengertian bahwa analisis regresi sebenarnya merupakan pengetahuan tentang hubungan variabel dependennya dengan satu atau lebih variabel independennya. Rumus regresi linear bergandanya yakni:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n$$

**Rumus 3.2** Regresi Linear Berganda

**Sumber :** (Ghozali, 2018:95)

Keterangan :

Y = Keputusan Transaksi jual beli

a = Nilai Konstanta

b = Nilai Koefisien Regresi

$X_1$  = Motivasi Konsumen

$X_2$  = Persepsi Kualitas

$X_3$  = Sikap Konsumen

$X_n$  = Variabel Independen ke – n

Pada penelitiannya ini, hipotesis penelitiannya yakni:

H1: Motivasi Konsumen memengaruhi Keputusan Transaksi jual beli Burger Ramly di Kota Batam.

H2: Persepsi Kualitas memengaruhi Keputusan Transaksi jual beli Burger Ramly di Kota Batam.

H3: Sikap Konsumen memengaruhi Keputusan Transaksi jual beli Burger Ramly di Kota Batam.

H4: Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen memengaruhi Keputusan Transaksi jual beli Burger Ramly di Kota Batam.

#### 3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Besaran presentasenya variasi dan variabel dependennya yang diterangkan secara simultan oleh variabel bebasnya.

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

**Rumus 3.3** Analisis Koefisien Determinasi

**Sumber :** (Ghozali, 2018:51)

Keterangan :

$K_d$  = Koefisien determinasi

$R^2$  = Koefisien Korelasi Berganda

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 3.9.1 Uji T (Pengujian Secara Parsial)

Bentuk pengujiannya yaitu:

1.  $H_0 : b_1 = 0$ , interpretasinya yaitu motivasi konsumen secara parsial tidak memengaruhi keputusan transaksi jual beli pada Burger Ramly di Kota Batam.
2.  $H_a : b_1 \neq 0$ , interpretasinya yaitu motivasi konsumen secara parsial memengaruhi keputusan transaksi jual beli pada Burger Ramly di Kota Batam.
3.  $H_0 : b_1 = 0$ , interpretasinya yaitu persepsi kualitas secara parsial tidak memengaruhi keputusan transaksi jual beli pada Burger Ramly di Kota Batam.
4.  $H_a : b_1 \neq 0$ , interpretasinya yaitu persepsi kualitas secara parsial memengaruhi keputusan transaksi jual beli pada Burger Ramly di Kota Batam.
5.  $H_0 : b_1 = 0$ , maknanya yaitu sikap konsumen secara parsial tidak memengaruhi keputusan transaksi jual beli pada Burger Ramly di Kota Batam.
6.  $H_a : b_1 \neq 0$ , interpretasinya yaitu sikap konsumen secara parsial memengaruhi keputusan transaksi jual beli pada Burger Ramly di Kota Batam.

Uji t ini dengan membandingkan perolehan t hitungnya  $> t$  tabelnya dan signifikansinya  $< 0,05$ . Maka secara parsial mempunyai hubungan signifikan, dan berlaku juga sebaliknya.

### **3.9.2 Uji F (Pengujian Secara Simultan)**

Uji F ini mengaplikasikan kriteria penentuan keputusannya yakni membandingkan F hitungnya  $>$  F tabelnya maka  $H_0$  di tolak dan menerima  $H_a$ .