

## **BAB III**

### **Metode Penelitian**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode penelitian merupakan suatu cara yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan penelitian. Metode penelitian atau yang sering disebut metodologi penelitian merupakan sebuah desain atau rancangan penelitian (Anggara, & Abdillah, 2019). Rancangan ini berisikan rumusan tentang sebuah objek atau subjek yang diteliti, teknik pengumpulan data, prosedur pengumpulan, dan analisis data yang berkaitan dengan fokus pada masalah tertentu. Ada beberapa jenis penelitian yang berguna membantu mencapai tujuan penelitian. Salah satu jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018) Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan suatu informasi mengenai suatu gejala yang ada. (Suryanto & Refianto, 2019) Mengatakan penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk memberikan suatu gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif.

##### **3.1.1 Penelitian Deskriptif**

Menurut (Arikunto, 2013) bahwa: “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian”. Dalam suatu penelitian deskriptif fenomena yang ada berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, kesamaan, hubungan dan perbedaan antara fenomena.

Tujuan penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan “apa adanya” tentang sesuatu variabel, gejala atau keadaan (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018).

### **3.2 Sifat Penelitian**

Dalam penelitian ini memiliki sifat pengembangan dari penelitian penelitian sebelumnya. Penelitian ini mereplikasi penelitian (Oktavenia & Ardani, 2019) yang berjudul” pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone nokia dengan citra merek sebagai pemeditasi”. Yang membedakan dalam penelitian ini menggunakan objek penelitian dan tahun yang berbeda

### **3.3 lokasi dan periode penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Jawa Tengah tepatnya di Kota Semarang, alasan peneliti menggunakan Kota Semarang sebagai tempat dilakukannya penelitian adalah karena Kota Semarang memiliki banyak *franchise* Mcdonald's, serta peneliti variabel kualitas produk dan citra merk terhadap keputusan pembelian di McDonald's di Kota Semarang pada tahun 2022.

### **3.4 Populasi dan sampel**

Dalam suatu penelitian, populasi yang dipilih mempunyai hubungan yang erat dengan masalah yang diteliti. Morissan (2012: 19), Populasi ialah sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Kita dapat meneliti setiap anggota populasi untuk mengetahui sifat populasi yang bersangkutan. Populasi dalam penelitian ini adalah 130 orang sampel dalam rentang umur 17-50 tahun, yang berdomisili di Kota Semarang

### **3.5 Teknik Penentuan Besar Sampel**

Menurut (Malhotra, 2012) untuk dapat memperoleh suatu hasil penelitian yang baik ukuran sampel responden yang di ambil untuk mengisi kuesioner dapat ditentukan paling sedikit 5 – 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Pada penelitian ini, jumlah sampel yang diambil adalah 130 sampel.

### **3.6 Teknik *Sampling***

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan beberapa pertimbangan dalam (Sugiyono, 2016). Salah satu alasan menggunakan teknik purposive sampling karena sesuai untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi (Sugiyono, 2016). Menurut Sugiyono, (2016: 85) metode penentuan sebuah sampel jenuh atau total sampling adalah sebuah teknik yang menentukan sampel apa bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah 130 orang sampel dalam rentang umur 17-50 tahun, yang berdomisili di Kota Semarang

### **3.7 Sumber Data**

Dalam suatu penelitian data sebagai salah satu alat untuk menunjang agar suatu penelitian dapat berjalan dengan baik. Ada dua tipe data dalam penelitian, yaitu data primer dan data sekunder. Tipe data primer menurut (Umar, 2013) Data primer adalah suatu data yang berasal dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari sebuah wawancara atau hasil dari pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh seorang peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer

yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan kepada orang-orang yang berdomisili di Kota Semarang.

Untuk memperoleh sumber data primer, peneliti melakukan pembagian kuesioner yang akan diisi oleh narasumber sesuai dengan populasi yang sudah ditentukan. Kuesioner yang dibagikan menggunakan skala likert sebagai penilaian dengan pertanyaan yang mengandung variabel kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian.

### **3.8 Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dan instrumen pengumpulan data merupakan salah satu faktor penting untuk keberhasilan suatu penelitian. Dalam sebuah penelitian teknik pengumpulan data perlu disesuaikan dengan penelitian yang dilakukan (Agusta, 2003). Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang dipakai untuk penelitian ini yaitu dengan penyebaran kuesioner. Kuesioner adalah salah satu instrumen penelitian ilmiah banyak dipakai pada penelitian sosial (Pujihastuti, 2010).

#### **3.8.1 Kuesioner**

Pengumpulan data dengan menggunakan *insturment* angket atau daftar pertanyaan yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti. Pada penelitian ini, penulis akan mengelola data dengan cara memberikan penilaian terhadap angket yang disebarkan kepada responden dengan menggunakan skala likert. Alasan peneliti memilih menggunakan skala likert untuk memudahkan peneliti dalam mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan responden terhadap sesuatu objek.

Kuesioner terdiri dari 11 pertanyaan yang bersumber dari jurnal (Oktavenia & Ardani, 2019) yang berjudul pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone. Dalam kuesioner penelitian ini menggunakan pertanyaan pada jurnal (Oktavenia & Ardani, 2019) pada tabel 1 mengenai deskripsi variabel penelitian kualitas produk, tabel 2 deskripsi konstruk variabel citra merek, dan tabel 3 deskripsi konstruk variabel keputusan pembelian.

Dalam kuesioner yang digunakan mencakup pertanyaan:

1. Menyatakan spesifikasi yang sesuai dengan keinginan
2. Keistimewaan dibandingkan produk lain
3. Keindahan estetika
4. Kemudahan dalam pelayanannya

Dalam kuesioner yang digunakan mencakup variabel mengenai citra merek:

1. Produk yang sangat bernilai
2. Citra merek yang bagus
3. Mudah untuk dikenali

Dalam kuesioner yang digunakan mencakup variabel mengenai variabel keputusan pembelian:

1. Jika membeli produk
2. Mencari informasi lebih lanjut sebelum membeli
3. Melakukan sebuah perencanaan terlebih dahulu untuk membeli
4. Sesuai dengan keinginan

Jawaban terhadap kuesioner mengacu pada skala *likert*. *Likert scale* atau skala *likert* adalah suatu skala penelitian yang dipakai untuk mengukur pendapat. Skala ini bertujuan untuk melengkapi kuesioner yang mewajibkan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan. Umumnya pertanyaan yang dipakai untuk penelitian berkaitan dengan variabel penelitian dan ditetapkan secara spesifik.

Nama skala *likert* diambil dari nama seorang psikolog, yakni Rensis Likert yang merupakan seorang ahli psikologi sosial dari Amerika Serikat. Tingkat persetujuan yang dimaksud adalah skala *likert* memiliki 1-5 pilihan, dengan gradasi dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS), berikut ini tingkatannya.

Tabel 3.1 Skala *Likert*

No	Jawaban	bobot	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Kurang Setuju	3	3
4	Tidak Setuju	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	5

### 3.9 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu yang berbentuk apapun yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:38). Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN CEPAT SAJI MCDONALD'S DI KOTA SEMARANG maka penulis mengelompokan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Adapun penjelasannya sebagai berikut :

#### a. Variabel Independen

Variabel bebas (X) variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor. Dalam bahasa Indonesia dapat disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah suatu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel Independen (Bebas). Dalam penelitian ini variabel dependen yang di teliti adalah kualitas produk( $X_1$ ) dan citra merek ( $X_2$ ).

1. Kualitas produk ( $X_1$ ) menurut (Sutisna & Pawitra, 2003) ialah seluruh karakter dan ciri dari suatu produk atas jasa yang mempengaruhi kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen.
2. Citra Merek ( $X_2$ ) adalah pandangan pelanggan saat ini tentang suatu merek. Ini dapat didefinisikan sebagai kumpulan asosiasi unik dalam

benak pelanggan target. Itu menandakan apa merek saat ini berdiri. Ini adalah seperangkat keyakinan yang dimiliki tentang merek tertentu (Aaker, 2011)

b. Variabel Dependen

Variabel terikat (Y) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi hasil akhir, karena adanya variabel bebas Sugiyono (2016). Dalam penelitian ini variabel Dependen yang diteliti adalah Keputusan pembelian. Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu

### **3.10 Analisis Data**

Analisis data pada penelitian kuantitatif adalah hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan dari kuesioner. Setelah data dari seluruh koresponden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ) terhadap variabel dependen (Y)



### 3.10.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Metode yang digunakan adalah hasil pengoperasian variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan pertanyaan (kuesioner/angket). Dimana kualitas product ( $X_1$ ), citra merek ( $X_2$ ) dan keputusan pembelian (variabel Y), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda. Setiap jawaban akan diberikan skor, responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diberikan untuk pertanyaan positif dan negative. Untuk mengetahui lebih jelas, maka peneliti akan menyajikan skala *likert* pada tabel 3.2

Tabel 3.2 Skala *Likert*

No	Jawaban	bobot	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Kurang Setuju	3	3
4	Tidak Setuju	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	5

Setiap pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel dependen dan variabel independen) dalam operasional variabel ini

semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert. Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya peneliti membuat garis kontinum. dengan menggunakan rumus

$$(\text{Nilai Jenjang Interval}) = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pertanyaan}}$$

Setelah mengetahui nilai rata rata maka hasil tersebut dapat di intepretasikan melalui tabel 3.2 sebgai berikut:

- a. Index min : 1
- b. Index maks : 5
- c. Interval :  $4 - 1 = 4$
- d. Jarak Interval :  $5 - 1 : 4 = 0.8$

Tabel 3.3 Skala

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Buruk
1,81	2,60	Buruk
2,61	3,40	Cukup Baik
3,41	4,20	Baik
4,21	5,00	Sangat Baik

### 3.10.1.1 Uji Instrumen

#### 3.10.1.1.1 Uji Deskriptif

Uji validitas digunakan untuk mengukur *valid* atau tidaknya suatu kuesioner/angket. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan taraf signifikansi 0,05 maka pernyataan yang ada di dalam kuesioner dinyatakan valid/sah (Ghozali, 2006:45). Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan untuk memperoleh data adalah kuesioner/angket.

Apabila dalam uji validasi ditemukan sebuah komponen yang tidak valid, maka dapat disimpulkan bahwa komponen tersebut tidak konsisten dengan komponen lainnya untuk mendukung konsep penelitian tersebut. Dalam uji validasi dapat digunakan SPSS (*statistical product and service solutions*).

(Sugiyono 2010), menyatakan bahwa pengujian validitas dilakukan dengan beberapa langkah-langkah antara lain:

1. Mendefinisikan secara operasional konsep yang diukur.
2. Melakukan uji coba pada skala pengukuran dengan menggunakan responden.
3. Mempersiapkan tabel jawaban
4. Menghitung korelasi jawaban.

Kriteria pengujian validitas menggunakan sebuah product moment, sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen dinyatakan valid.
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen dinyatakan tidak valid

Dalam penelitian ini menggunakan  $r$  Tabel sebesar 0.361

#### **3.10.1.1.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan instrumen untuk mengukur ketepatan suatu kuesioner yang merupakan suatu indikator dari variabel suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap suatu pertanyaan konsisten atau stabil dari. (Ghozali, 2006). SPSS (*statistical product and service solutions*) memberikan fasilitas untuk mengukur suatu reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* ( $\alpha$ ). suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha*  $> 0,05$  (Ghozali, 2006).

#### **3.10.1.2 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis ini bertujuan untuk menghitung berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Sugiyono (2017:130), dikatakan regresi

berganda karena jumlah variabel independennya lebih dari satu variabel. Mengingat dalam penelitian ini variabel x memiliki dua prediktor, maka digunakan persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Bilangan Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien/arrah garis

X1 = Kualitas Product

X2 = Citra Merk

### **3.11 Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak ada pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ).

#### **3.11.1 Pengujian hipotesis statistik secara simultan (Uji F)**

Pengujian ini menggunakan uji F dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesa

Merumuskan hipotesis

$$H_0 : \beta_1, \beta_2, = 0$$

Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel

Kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \neq 0$

Artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel Kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian

2. Menentukan tingkat signifikansi, yaitu 5% atau 0,05 dan derajat bebas (db) =  $n - k - 1$ , untuk mengetahui daerah Ftabel sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.
3. Menghitung nilai F Hitung untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F Hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F Tabel (n-k-1)

4. Dari perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut dk (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut: Tolak  $H_0$  jika F hitung > F tabel  $H_a$  diterima (signifikan)  
Terima  $H_0$  jika F hitung < F tabel  $H_a$  ditolak (tidak signifikan)

### 3.11.2 Pengujian hipotesis statistik secara parsial (Uji t)

Pengujian dilakukan dengan uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

A. Merumuskan hipotesis

H<sub>0</sub>:  $\beta_1 = 0$ , tidak ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

H<sub>a</sub>:  $\beta_1 \neq 0$ , ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

H<sub>0</sub>:  $\beta_2 = 0$ , tidak ada pengaruh signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian.

H<sub>a</sub>:  $\beta_2 \neq 0$ , ada pengaruh signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan tingkat signifikan 5%, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

r = Nilai korelasi parsial

kemudian hasil hipotesis t hitung dibandingkan dengan tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika t hitung > t tabel, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>i</sub> diterima
- Jika t hitung < t tabel, maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>i</sub> ditolak.

### 3.11.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan object dalam menerangkan variasi pada variabel dependen. Nilai Koefisien Determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai Koefisien Determinasi kecil. Menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai Koefisien Determinasi mendekati 1 (semakin besar). Dapat disimpulkan kemampuan variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2005) Dalam penelitian ini juga menggunakan adjusted R square. Karena menurut (Ghozali, 2005) kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah dapat terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  Pasti meningkat. Oleh karena itu banyak penelitian yang menganjurkan menggunakan adjusted R Square dalam mengevaluasi suatu model regresi. Tidak seperti  $R^2$ , nilai adjusted  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Rumus koefisien determinasi adalah (Imam Ghozali, 2005):

$$R_d = R^2 * 100\%$$

Keterangan:

$K_d$  = Koefisien determinasi

$R^2$  = adjusted R square