

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang dijadikan lokasi penelitian guna menggali dan mendapatkan data dari responden. Lokasi penelitian ini berada di Jl. Sumatra No. 141, Banyudono, Kec. Ponorogo, Kab. Ponorogo. Diterapkan pada semua konsumen yang pernah mengunjungi warung angkringan wedangan ponorogo. Waktu penyebaran kuesioner langsung kepada pembeli dilakukan pada tanggal 27 Januari 2021 – 22 Februari 2021.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017) adalah wilayah generalisasi yang berupa obyek atau subyek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi warung angkringan Wedangan di Ponorogo. Jumlah populasinya yang pengambilan dilakukan pada periode tanggal 27 Januari – 22 Februari 2021 atau selama 27 hari yang memiliki rincian sebagai berikut : 10 hari pertama peneliti memperoleh 330 orang atau dirata-rata perharinya mendapatkan 33 orang, 10 hari kedua 300 orang atau dirata-rata mendapatkan 30 orang, dan 7 hari terakhir mendapatkan 270 orang atau dirata-rata perharinya mendapatkan 37 sampai 39 orang sehingga peneliti menjumlah semua hasil populasi yang didapatkan dan menetapkan menjadi 900 orang. Sedangkan unit

analisis yang digunakan adalah individu, yaitu semua konsumen yang pernah mengunjungi warung angkringan wedangan Ponorogo.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2017) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini, metode penentuan sampel yang digunakan yaitu *Non Probability Sampling*. Menurut Sugiyono (2017) *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang sama untuk anggota populasi guna dijadikan sebagai sampel. Menurut Arikunto (2010) Penentuan ukuran sampel dalam penelitian jika subjeknya melebihi 100 orang maka dapat diambil 15% atau 20% dari populasinya. Penelitian ini mengambil populasi pengunjung warung angkringan Wedangan di Ponorogo yang berjumlah 900 orang dari populasi tersebut diambil 15% maka $15 \times 900 = 13.500 : 100 = 135$, sehingga sampelnya yang digunakan berjumlah 135 orang.

C. Metode Pengambilan Data

1. Sumber Data

a) Data Primer

Menurut Sugiyono (2018) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Penelitian ini pengambilan data primer dilakukan dengan cara observasi atau pengamatan langsung dan menyebarkan kuesioner langsung kepada pembeli yang pernah mengunjungi warung angkringan wedangan Ponorogo.

b) Data Sekunder

Data Sekunder menurut Sugiyono (2017) adalah sumber yang memberikan data secara tidak langsung kepada pengumpul data, data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu data yang berkaitan dengan pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas wifi terhadap keputusan pembelian di warung angkringan wedangan ponorogo.

2. Teknik Pengambilan Data

a) Wawancara

Wawancara dilakukan dengan Tanya jawab langsung pemilik dan pembeli yang mengunjungi warung angkringan wedangan Ponorogo untuk memperoleh data lebih akurat yang digunakan dalam penelitian ini.

b) Observasi atau pengamatan langsung

Pengamatan langsung atau observasi untuk memperoleh dan mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Observasi dalam penelitian ini dengan mendatangi dan mengamati langsung keadaan yang ada di warung angkringan wedangan Ponorogo.

c) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2018) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner tersebut menggunakan Skala Likert sebagai alat untuk mengukur jawaban responden. Adapun bobot nilai penelitiannya sebagai berikut :

Tabel 1. Skala Likert

Bobot Nilai	Jawaban Responden
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

d) Studi Kepustakaan

Menurut Sugiyono (2015) studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan atau penghimpunan data yang didapatkan melalui buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain yang mendukung dalam proses penulisan ilmiah,

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen atau variabel bebas menurut Sugiyono (2017) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Fasilitas Wifi (X3).

a) Harga (X1)

Dalam penelitian ini harga menurut Kotler dan Amstrong (2012) adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapat keuntungan dari memiliki atau menggunakan sesuatu produk, atau jasa. Variable harga ada beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi tingkatan harga, diskon, potongan harga dan periode pembayaran.

Indikator harga yang akan digunakan oleh peneliti untuk digunakan di warung angkringan Wedangan di Ponorogo menurut menurut Kotler dan Amstrong (2012: 52), sebagai berikut :

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat
- 5) Kesesuaian harga dengan pendapatan

b) Kualitas Pelayanan (X2)

Dalam penelitian ini kualitas pelayanan menurut Goetsch & Davis (2016) adalah keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang sesuai atau bahkan melebihi apa yang diharapkan oleh konsumen.

Indikator kualitas pelayanan yang akan digunakan oleh peneliti untuk digunakan di warung angkringan Wedangan di Ponorogo menurut menurut Kotler (2016: 138), sebagai berikut :

- 1) Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan, tepat waktu, mampu dipercaya, serta tanpa membuat kekeliruan.
- 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*) adalah kesanggupan karyawan dalam membantu memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh para konsumennya
- 3) Jaminan atau Kepastian (*Assurance*) adalah kemampuan karyawan yang dapat menimbulkan keyakinan bagi para konsumennya serta kemampuan perusahaan dalam menciptakan rasa aman bagi konsumennya.
- 4) Empati (*Empathy*) adalah berkaitan dengan sikap karyawan atau perusahaan dalam memahami setiap permasalahan yang dihadapi oleh konsumennya.
- 5) Bukti fisik (*Tangibles*) adalah berhubungan dengan penyediaan sarana dan prasarana oleh perusahaan serta performa karyawan dalam perusahaan tersebut.

c) Fasilitas Wifi (X3)

Dalam penelitian ini wifi menurut Ima dkk (2020) adalah singkatan dari *wireless fidelity* sebagai teknologi untuk saling bertukar data menggunakan gelombang radio dengan memanfaatkan berbagai peralatan elektronik.

Indikator wifi yang akan digunakan oleh peneliti untuk digunakan di warung angkringan Wedangan di Ponorogo menurut Ula (2017), adalah sebagai berikut :

- 1) Kecepatan akses
- 2) Jangkauan area
- 3) Kemudahan penggunaan

4) Kecepatan akses (wifi)

5) Keamanan akses wifi

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat menurut Sugiyono (2017) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).

Keputusan Pembelian (Y)

Penelitian ini keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong (2013) adalah suatu tahapan dalam pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen melakukan tindakan pembelian yang sesungguhnya.

Indikator keputusan pembelian yang akan digunakan oleh peneliti untuk digunakan di warung angkringan Wedangan di Ponorogo menurut Kotler dan Keller (2014), sebagai berikut :

- 1) Kemantapan pada suatu barang atau jasa
- 2) Kebiasaan dalam pembelian barang atau jasa
- 3) Merekomendasikan kepada orang lain
- 4) Melakukan pembelian berulang
- 5) Perasaan setelah membeli

E. Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen

Instrumen menurut Sugiyono (2017) adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati secara spesifik. Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah kuesioner.

1) Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghozali (2018) adalah alat uji yang digunakan untuk menguji sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Untuk menguji valid tidaknya suatu kuesioner menggunakan rumus korelasi (*Product Moment Correlation Analysis*). Uji validitas dinyatakan valid jika signifikansi $< 0,05$ atau 5%. Kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut :

- a) Jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka item kuesioner dinyatakan valid
- b) Jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka item kuesioner dinyatakan tidak valid

Menurut Sugiyono (2017) rumus *Pearson Product Moment (Product Moment Correlation Analysis)* adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *Pearson Product Moment*

n = Jumlah sampel

Σ_x = Jumlah nilai variabel X

Σ_y = Jumlah nilai variabel Y

Σ_{xi}^2 = Jumlah kuadrat variabel X

Σ_{yi}^2 = Jumlah kuadrat variabel Y

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut Ghozali (2018) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Apabila jawaban seseorang atas suatu pernyataan dari waktu ke waktu tetap atau konsisten, maka suatu kuesioner dinyatakan *reliable* / handal. Teknik yang dipakai untuk mengetahui reliabilitas kuesioner yaitu dengan uji statistic *Cronbach's Alpha*. Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa *Cronbach's Alpha* dapat diterima apabila lebih besar dari 0,6. Semakin dekat *Cronbach's Alpha* dengan 1, maka semakin tinggi kehandalan konsisten internal.

Menurut Sugiyono (2017) untuk menguji reliabilitas dengan metode Cronbach's Alpha maka menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma S_i^2}{S_x^2} \right]$$

Dimana :

α : reliabilitas instrument

k : banyaknya butir pertanyaan

Σs_i^2 : jumlah varians tiap butir pertanyaan

s_{χ}^2 : total varians

2. Alat Analisis Data

a) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda menurut Sekaran dan Bougie (2017) adalah teknik analisis yang menggunakan lebih dari satu variabel bebas guna menjelaskan varian dalam variabel terikat. Poin awal dari analisis regresi linear berganda adalah model konseptual dan hipotesis dari suatu model tersebut yang telah dibuat peneliti sebelumnya. Berdasarkan konsep tersebut, maka analisis regresi linear berganda digunakan untuk menaksir nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen dan taksiran perubahan variabel dependen untuk setiap satuan perubahan nilai variabel independen.

Menurut Sugiyono (2017:313) persamaan regresi linear berganda yaitu :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_i x_i + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X1 = Harga

X2 = Kualitas Pelayanan

X3 = Fasilitas Wifi

b1, b2, b3 = koefisien regresi variabel

e = Error/tingkat kesalahan

3. Uji Hipotesis

a) Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji hipotesis parsial (Uji t) menurut Ghozali (2018) adalah pengujian sejauh mana variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Menurut Sugiyono (2017) mengemukakan rumus uji t adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

t = nilai uji t

n = jumlah sampel

r = koefisiensi korelasi r hitung

r² = koefisien determinasi

(t-test) hasil perhitungan tersebut dibandingkan dengan t_{tabel} dengan tingkat kesalahan 0,05. Standar yang digunakan yaitu :

- 1) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $sig < \alpha$. Maka Ha diterima (berpengaruh signifikan)
- 2) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $sig > \alpha$. Maka Ha ditolak (tidak berpengaruh signifikan).

b) Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji Hipotesis simultan (Uji F) menurut Ghozali (2018) adalah pengujian yang menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2017) uji hipotesis simultan dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

F = F_{hitung} yang akan dibandingkan dengan F_{tabel}

R^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

$n-k-1$ = *Degree of Freedom*

F hasil (hitung) perhitungan ini dibandingkan dengan F_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% (0,05) dan *degree of freedom* ($df = n-k-1$) dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, pada nilai signifikansinya $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel bebas secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, pada nilai signifikansinya $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel bebas secara bersamaan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.