

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

#### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan penulis ialah menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan hubungan antar variabel yang diteliti. Dalam penelitian kuantitatif fokus utamanya yaitu pada analisis data numerik ( angka ) yang diolah dengan menggunakan metode statistik.<sup>1</sup> Penelitian ini diharapkan untuk mengetahui pengaruh brand image, store atmosphere, kualitas layanan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian di restoran oliv geprek ekspres.

#### **2. Pendekatan Penelitian**

Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika.<sup>2</sup> Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, maka data yang diperoleh dari lapangan kemudian diolah menjadi angka-angka. Lalu angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil dari pengolahan data yang diinginkan. Pendekatan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil olah data tentang pengaruh brand image, store atmosphere, kualitas layanan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian pada restoran oliv geprek ekspres.

### **B. Setting Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di salah satu UMKM yang berada di Kudus yakni restoran ayam geprek "Oliv geprek ekspres". Yang berlokasi di Desa Demaan Kecamatan Kota, Kabupaten Kudus. Sebelah SMK Taman Siswa Kudus. Subjek dalam penelitian ini ialah pemilik restoran oliv geprek ekspres, karyawan dan pelanggan. Demikian pula dalam pemeriksaan subyektif, seorang sumber diharapkan mengungkap data yang sah

---

<sup>1</sup> Bungin, H Burhan. Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana, 2005.

<sup>2</sup> Azwar, Saifudin. 2007. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal 5

bukan berdasarkan spekulasi, melainkan didasarkan pada berbagai penemuan yang didapat dari kekhasan lapangan yang terkait dengan subjek eksplorasi. Saksi dalam penelitian ini ialah manager dan dua orang perwakilan pekerja yang bekerja di restoran Oliv geprek express dengan pusat eksplorasi seputar melihat brand image, store atmosphere dengan kualitas yang sangat baik guna meningkatkan keputusan pembelian di restoran Oliv geprek express.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di restoran oliv geprek ekspres di Desa Demaan, Kudus adalah sebanyak 1.500 pelanggan.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari suatu populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap dapat mewakili dari keseluruhan populasi. Penelitian ini menggunakan teknik probability/random sampling atau sampel acak, sampel campur. Teknik sampel acak yaitu suatu cara pengambilan sampel yang memberikan kesempatan atau peluang yang sama untuk diambil kepada setiap elemen populasi. Dalam teknik ini peneliti mencampur subyek-subyek didalam populasi sehingga semua subyek dianggap sama. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subyek untuk memperoleh kesempatan (chance) dipilih menjadi sampel. Oleh karena hak setiap subyek sama, maka peneliti terlepas dari perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subyek untuk dijadikan sampel.<sup>3</sup>

Dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa banyak sampel minimum yang mewakili populasi dari pelanggan Oliv Geprek Ekspres di Desa Demaan, Kudus

---

<sup>3</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2018), 81.

mengambil sampel responden yang di hitung memakai rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah elemen (anggota sampel)

N = Jumlah elemen (anggota populasi)

E = Error level (tingkat kesalahan)

Dengan menggunakan tingkar error level (e) sebanyak 10% maka didapatkan jumlah sampel sebanyak :

#### D. Tata Variabel

Variabel penelitian pada umumnya yaitu segala sesuatu dalam bentuk apapun yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti kemudian mendapatkan informasi, lalu di tarik kesimpulan.<sup>4</sup>

Variabel penelitian pada penelitian kuantitatif dapat dibedakan menjadi 2 macam, yaitu:

1. Variabel bebas (independen variable)

Variabel bebas atau independen adalah tipe variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen (X) dalam penelitian ini yaitu brand image, store atmosphere dan kualitas layanan.

2. Variabel terikat ( dependent variable)

Variabel terikat atau dependen, yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen (Y) pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian.

#### E. Definisi operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
1.	Brand Image	<i>Brand Image</i> adalah merek sebagai hasil pengorganisas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Kredibilitas</i></li> <li>2. <i>Personality</i></li> <li>3. <i>Reliabilitas</i></li> <li>4. <i>Reputation</i><sup>5</sup></li> </ol>	Likert

<sup>4</sup> Sugiyono, “Metodologi Penelitian Bisnis,” (Bandung: Alfabeta, 2010), 77.

		ian merek yang kemudian tersimpan dibenak konsumen.		
2.	Store Atmosphere	Store Atmosphere yaitu kondisi yang sesuai dengan kelompok sasaran dan mendorong pelanggan untuk membeli.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Eksterior</i> (bagian luar toko)</li> <li>2. <i>General Interior</i> (bagian dalam toko)</li> <li>3. <i>Store Layout</i> (Tata letak toko)</li> <li>4. <i>Interior point of purchase</i> (tampilan dalam interior)<sup>6</sup></li> </ol>	Likert
3.	Kualitas Layanan	Kualitas layanan yakni komponen yang perlu diperhatikan oleh pelaku bisnis karena dapat mengurangi kemungkinan pelanggan yang sudah ada dan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Reliability</i></li> <li>2. <i>Responsiveness</i></li> <li>3. <i>Assurance</i></li> <li>4. <i>Empaty</i></li> <li>5. <i>Tangibles</i><sup>7</sup></li> </ol>	Likert

<sup>5</sup>Andrian Wahyu Laksonno. *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek pada Pelanggan Geprek Benu di Kota Malang*. Journal of Management Research 2020.

<sup>6</sup>Evans. J.R & Berman, B. *Retail Management, a Strategic Approach* (New Jersey : Pearson, 2012).

<sup>7</sup>Sangadji, E.M dan Sopiha. *Perilaku Konsumen*. Pendekatan Praktis disertai Himpunan dan Jurnal. (Yogyakarta : Andi, 2013).

		beralih kebisnis lain dan berdampak positif dalam mendatangkan pelanggan baru.		
4.	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah mengejar keputusannya dan membeli barang tersebut dan mengkonsumsinya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stabilitas pada suatu produk</li> <li>2. Memberikan rekomendasi kepada orang lain</li> <li>3. Melakukan pembelian kembali<sup>8</sup></li> </ol>	Likert

## F. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan guna untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas setidaknya setiap faktor dilakukan dengan mengkorelasikan skor faktor tertentu dengan skor keseluruhan.

Adapun rumus untuk menentukan valid atau tidaknya menggunakan rumus :

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

<sup>8</sup> Fandy, Tjiptono. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Yogyakarta;2014.

Keterangan :

$R_{xy}$  : Koefisien korelasi antara item (x) dengan skor total (y)

X : Skor setiap item

Y : Skor total

N : Jumlah responden

Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pertanyaan dinyatakan valid
- 2) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

Atau

- 1) Jika Sig  $>$  0,05 maka pertanyaan dinyatakan tidak valid
- 2) Jika Sig  $<$  0,05 maka pertanyaan dinyatakan valid

Setelah perhitungan dilakukan menggunakan software SPSS kemudian nilai  $r$  tabel sesuai dengan basis  $n$  dan taraf signifikan ( $\alpha = 5\%$ ) dalam pengujian validitas, kuesioner apabila  $r$  dihitung  $>$   $r$  tabel.<sup>9</sup>

## 2. Uji Reabilitas Instrumen

Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi dapat menghasilkan data yang reliabel. Keterpercayaan, keterandalan, kejelasan, kestabilan, konsistensi, dan sebagainya, namun ide pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.

Reliabilitas juga merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel dan konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reabilitas dalam penelitian ini menggunakan reliabilitas internal, yaitu reliabilitas yang diperoleh dari analisis data dengan satu kali tes. Rumus yang digunakan dari Cronbach Alpha ( adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

---

<sup>9</sup> Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Media Kom, 2010), 90.

Keterangan:

- a = Reabilitas Instrumen
- k = Banyaknya butir pelayanan
- $\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir
- $\sigma_t^2$  = Varian Total

Pengujian validitas dan reabilitas penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS (Statistic Package and Social Science).

## G. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian di Oliv Geprek Express ialah sebagai berikut:

### 1. Observasi

Dalam observasi ini peneliti ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan objek penelitian.

#### a. Partisipasi sedang.

Perspektif peneliti sebagai orang dalam dan orang luar seimbang dalam pengamatan ini. Dalam beberapa, tetapi tidak semua, kegiatan, peneliti berpartisipasi dalam observasi partisipatif.

#### b. Partisipasi aktif.

Sebagian besar kegiatan yang dilakukan oleh objek penelitian diamati oleh peneliti dalam observasi ini; Namun, masih ada beberapa kegiatan yang tidak diikuti oleh peneliti.

#### c. Partisipasi lengkap

Peneliti sepenuhnya terlibat dengan sumber data selama pengumpulan data. Peneliti tidak terobservasi melakukan penelitian untuk menjaga suasana alam. Ini ialah asosiasi spesialis yang paling tinggi dalam tindakan keberadaan yang diteliti.

### 2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>10</sup>

Terdapat 3 kuesioner yaitu

1. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden

---

<sup>10</sup> Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 156.

- tinggal memberikan tanda centang (√) pada kolom atau tempat yang sesuai.
2. Kuesioner t terbuka adalah kuesioner yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden dapat memberikan isian sesuai dengan kehendak dan keadaannya.
  3. Kuesioner campuran yaitu gabungan antara kuesioner terbuka dan tertutup. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner tertutup.

Dalam pengumpulan data yang peneliti lakukan, menggunakan kursorioner dalam bentuk pertanyaan terbuka, yang meliputi pertanyaan untuk menjelaskan identitas responden dan pertanyaan tertutup yang mengharuskan responden memilih salah satu jawaban yang tersedia untuk setiap pertanyaan. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi dari pelanggan tentang pengaruh brand image, store atmosphere dan kualitas layanan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian di restoran oliv geprek ekspress.

Hasil dari kuesioner tersebut digunakan untuk mengolah informasi peneliti sebagai alat informasi (instrument) data mentah kemudian di olah menggunakan aplikasi SPSS. Kuesioner disusun menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial. Model skala likert memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negative. Misalnya : dari sangat setuju, tidak setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan pemberian bobot yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

**Tabel 3 1**  
**Skala Likert**

<b>Kategori</b>	<b>Bobot</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3

Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

## H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linear berganda. Dilakukannya pengujian ini untuk dapat memberikan kepastian agar koefisien regresi tidak bias serta konsisten dan memiliki ketepatan dalam estimasi. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menunjukkan bahwa pengujian yang dilakukan telah lolos dari normalitas data, multikolonieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas sehingga pengujian dapat dilakukan ke analisis regresi linear. Berikut merupakan macam-macam pengujian dari asumsi klasik, yakni:

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, model regresi yang baik memiliki distribusi data normal. Uji normalitas data akan dideteksi melalui analisa grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan menggunakan software SPSS.

<sup>11</sup>

Grafik normal mengasumsikan sebagai berikut:

- a. Jika data tersebar di sekitar diagonal dan searah diagonal, atau jika histogram menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data tersebar dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah diagonal, atau jika histogram tidak menunjukkan pola terdistribusi normal, model regresi tidak memenuhi dalam uji asumsi normalitas.

### 2. Uji Murtikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

---

<sup>11</sup> Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi yaitu sebagai berikut :

- a. Mempunyai angka Tolerance diatas ( $>$ ) 0,1
- b. Mempunyai nilai VIF di di bawah ( $<$ ) 10

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data crosssection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Dasar analisisnya adalah :

Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>12</sup>

### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi.

uji autokorelasi dapat dilakukan dengan cara uji Durbin Watson (DW test). Adapun cara mendeteksi terjadinya autokorelasi secara umum dapat diambil patokan sebagai berikut:

- a. Angka DW di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b. Angka DW diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.

---

<sup>12</sup> Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 105.

c. Angka DW di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

**I. Teknik Analisis Data**

**1. Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen, yakni brand image, store atmosphere dan kualitas layanan terhadap variabel dependen, yakni keputusan pembelian.

Pada penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda yaitu sebagai berikut:

Keterangan :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

A = Bilangan Konstan

$\beta_1$  = Koefisien Regresi  $X_1$

$\beta_2$  = Koefisien Regresi  $X_2$

$\beta_3$  = Koefisien Regresi  $X_3$

$X_1$  = Variabel Brand Image

$X_2$  = Variabel Store Atmosphere

$X_3$  = Variabel Kualitas Layanan

$\epsilon$  = error term (kesalahan pengganggu)

**2. Pengujian Hipotesis**

a) Uji Signifikasi Parameter Parsial (Uji-t)

Uji statistik t (persial) menunjukkan bahwa seberapa jauh pengaruh antara satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi terikat.<sup>13</sup> Salah satu cara untuk menguji uji t (persial) yaitu dengan membandingkan nilai statistik t dengan t-tabel.

Kriteria pengujian untuk menguji apakah masing-masing variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu sebagai berikut :

1. Apabila t hitung t tabel dan tingkat signifikansi (0,05), maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
2. Apabila t hitung t tabel dan tingkat signifikansi (0,05), maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

$$T_{hitung} > T_{tabel} = H_0 \text{ ditolak (ada pengaruh)}$$

---

<sup>13</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 98.

$T_{hitung} < T_{tabel} = H_0$  diterima (tidak ada pengaruh)

b) Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji F)

Uji statistik f digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan secara simultan variabel bebas terhadap terhadap variabel terikat.<sup>14</sup> Dimana dalam penelitian ini yaitu brand image, store atmosphere dan kualitas layanan sebagai variabel independen, dan keputusan pembelian sebagai variabel dependennya. Dalam melakukan pengambilan keputusan uji f menggunakan kriteria pengujian yakni:

1. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan tingkat signifikansi (0.05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan tingkat signifikansi (0,05), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$  ditolak (ada pengaruh)

$F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$  diterima (tidak ada pengaruh)

c) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat.<sup>15</sup> Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu, atau interval antara 0 sampai. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan dari variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas atau sedikit.

Kriteria pengujian koefisien determinasi, sebagai berikut :

1.  $R^2 = 0$ , yang artinya variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
2. Jika  $R^2$  semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100%, yang artinya variabel independen berpengaruh kuat terhadap variabel dependen.

---

<sup>14</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 97.

<sup>15</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 97.