

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian adalah cara-cara untuk memperoleh pengetahuan atau memecahkan suatu permasalahan yang dihadapi. Pada dasarnya metode penelitian ini merupakan metode ilmiah (*scientific method*). Metode ilmiah ialah cara penerapan terhadap prinsip-prinsip logis dalam penemuan, pengesahan, dan penjelasan kebenaran. Kriteria metode ilmiah adalah berdasarkan fakta, bebas dari prasangka, menggunakan hipotesis, menggunakan prinsip-prinsip analisis, menggunakan ukuran objektif, dan menggunakan teknik kuantifikasi.¹

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan yaitu penelitian yang datanya diperoleh langsung dari tempat kejadian berlangsung, dari objek yang diteliti dengan cara riset atau penelitian lapangan (*field research*).² Penelitian ini dilakukan secara langsung ke obyeknya melalui teknik angket atau questioner, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun untuk memperoleh data nyata dari lapangan, maka peneliti terjun langsung ke lokasi Asfar Fried Chicken Kudus.

2. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan penelitian yang dilakukan adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Hal ini sesuai dengan pendapat yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut mengemukakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data

¹Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 37.

²SaifuddinAzwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: PustakaPelajar (Anggota IKAPI), 2001), 5.

tersebut serta penampilan hasilnya.³ Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antara variabel yang diteliti.⁴

Pola yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian korelasi, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, apabila ada seberapa erat hubungan serta berarti tidaknya hubungan tersebut.

B. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari obyeknya. Dalam hal ini, obyeknya yaitu pengusaha dan konsumen di Asfar *Fried Chicken* Kudus berupa kuesioner/angket.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur, majalah, koran dan lain-lain yang mendukung penelitian ini yang berupa dokumentasi dari usaha Asfar *Fried Chicken* Kudus.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah himpunan individu atau objek yang banyaknya terbatas dan tidak terbatas. Menurut Dr Sugiyono dalam bukunya *Metode Penelitian Bisnis*, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁵ Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek/subjek itu.

³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 12.

⁴SaifuddinAzwar, *Metode Penelitian*, 5.

⁵Moh Pabundu, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 33.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang dan melakukan pembelian di Asfar *Fried Chicken* Kudus.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁶

Dalam teknik pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *Sampling Insidental*. *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁷

Bila dalam penelitian yang populasinya tidak diketahui secara pasti, digunakan teknik *sampling* kemudahan. Berdasarkan *sampling* kemudahan ini, peneliti menyeleksi dengan menyaring kuesioner yang ada. Misalnya digunakan ukuran sampel untuk estimasi nilai rerata, maka perhitungan jumlah sampel berdasarkan rumus sebagai berikut:⁸

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D cetakan ke-19* (Bandung: Alfabeta, 2014), 118.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 124.

⁸ Agusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2006), 53.

Z = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada $\alpha =$

10% (derajat keyakinan ditentukan 90%) maka Z= 1,96

e = Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan

sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan 10%.

Bila angka-angka itu dimasukkan dalam rumus maka akan dapat mewakili sampel yang ada. Besarnya sampel adalah:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04$$

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden. Sampel ini merupakan konsumen dari Asfar *Fried Chicken* Kudus.

D. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁹

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu, variabel bebas (*independen*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).¹⁰ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *independent* adalah faktor lokasi (X_1) dan *Word Of Mouth* (X_2). Sedangkan variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi variabel *dependen* adalah keputusan pembelian (Y).

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 60.

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 61.

E. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1

Desain Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Faktor Lokasi (X1)	Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. <i>Visibilitas</i> 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir yang luas dan aman 5. Lingkungan 	<i>Likert</i>
<i>Word Of Mouth</i> (X2)	Proses komunikasi dari mulut ke mulut yang merupakan salah satu ciri khusus dari promosi didalam dunia bisnis.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membicarakan 2. Mempromosikan 3. Merekomendasikan 	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Merupakan proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Masalah atau Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Evaluasi Pascapembelian 	<i>Likert</i>

	sebelumnya.	n	
--	-------------	---	--

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah meliputi:

1. Metode Angket

Sering pula metode angket disebut pula sebagai metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepetugas atau peneliti.¹¹ Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara mendatangi responden secara langsung yang sedang melakukan pembelian di *Asfar Fried Chicken* maupun mendatangi responden yang berada di luar lokasi *Asfar Fried Chicken*.

Kuesioner di susun dengan menggunakan skala *likert (likert scale)*, dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subjektif dan diberikan skor.

¹¹M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005), 133.

Tabel 3.2

Skala Likert

Simbol	Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Metode angket ini berupa pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang faktor Lokasi dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di Asfar *Fried Chicken* Kudus.

2. Metode Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindera mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Dapat dikatakan bahwa observasi merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindera mata serta dibantu dengan pancaindera lainnya.¹²

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.¹³

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan/observasi dengan cara mengamati secara langsung di Asfar *Fried Chicken* Kudus.

3. Metode Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan penelitian. Teknik dokumentasi berproses dan berawal dari

¹²*Ibid*, hlm., 143

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2004, hlm., 72

menghimpun dokumen, memilih-milih dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, mencatat dan menerangkan, menafsirkan dan menghubungkan dengan fenomena lain.

Metode ini berupa data-data yang digunakan untuk memperoleh gambaran umum tempat usaha dan kondisi konsumen di Asfar *Fried Chicken* Kudus.

4. Metode Wawancara

Wawancara merupakan salah satu bentuk pengamatan atau pengumpulan data secara tidak langsung. Pengumpulan data dengan wawancara adalah usaha untuk mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula.¹⁴ Ada dua cara dalam wawancara, yaitu wawancara langsung dan wawancara tidak langsung:

a) Wawancara langsung

Cara ini dilakukan melalui wawancara langsung dengan obyek penelitian atau responden baik dengan tatap muka, atau melalui telepon.

b) Wawancara tidak langsung

Cara ini dilakukan dengan menggunakan pihak ketiga atau informan. Pihak informan yang menanyakan pada responden berdasarkan panduan pertanyaan dari bahan penelitian. Cara ini dilakukan apabila ada kecenderungan ketertutupan dari pihak responden atau untuk menghindari jawaban yang tidak jujur.¹⁵

G. Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁶

Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree*

¹⁴ Sony Sumarsono, *Metode Riset Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004), 71.

¹⁵ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 152.

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52.

of freedom (df) = $n - 2$ dalam hal ini adalah jumlah sampel. Suatu pertanyaan atau indikator dinyatakan valid, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif, namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dinyatakan tidak valid dan nilai negatif.

2. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel, jika nilai *cronbach alpha* > 0,60.¹⁷ Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *cronbach alpha*, untuk mengetahui tingkat reabilitas instrumen dari ke tiga variabel penelitian jika hasil uji reabilitas memberikan nilai *alpha* > 0,60.

H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik (uji prasyarat) pada data bertujuan untuk mengetahui penyebaran data. Teknik pengujian yang dapat dipakai adalah uji normalitas, uji multikolerasi, uji heteroskedasitas, dan uji autokorelasi.

1. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara variabel pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Waston Test.¹⁸

2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi dan normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah melihat histogram yang

¹⁷Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat*, 48.

¹⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat*, 96.

membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.¹⁹

3. Uji Multikolerasi

Uji multikolerasi ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikorelasi di dalam model regresi adalah dapat dilihat dari nilai R^2 , matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan nilai toleransi dan lawannya dan *variance inflation factor* (VIF).²⁰

4. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedasitas dan jika berbeda disebut heteroskedasitas. Model regresi yang baik adalah yang heteroskedasitas atau tidak terjadi heteroskedasitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi heteroskedasitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Adapun cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedasitas dengan melihat grafik plot dengan dasar analisis:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasikan telah terjadi heteroskedasitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, setiap titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedasitas.

¹⁹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat*, 110.

²⁰Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus),

I. Teknik Analisis Data

1. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan teknik analisis yang umum digunakan dalam menganalisis hubungan dan pengaruh satu variabel dependen (Y) dan dua atau lebih variabel independen (X). Model persamaan Regresi Linear Berganda dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Harga Konstanta

b₁ = Koefisien regresi untuk lokasi

b₂ = Koefisien regresi untuk *word of mouth*

X₁ = Faktor Lokasi

X₂ = *Word Of Mouth*

2. Uji Signifikasi (Uji Statistik t)

Untuk signifikasi parsial atau individual digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap terhadap variabel terikat. Nyata atau tidaknya pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikatnya juga tergantung pada hubungan variabel tersebut dan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat. Untuk melakukan uji t ada beberapa langkah yang diperlukan :

a) Menentukan hipotesis pada uji signifikasi parsial adalah sebagai berikut:

$$H_0 : B_1 = 0$$

$$H_0 : B_1 \neq 0$$

b) Menentukan daerah kritis, yang ditentukan oleh nilai tabel-t

c) Menentukan nilai t-hitung untuk koefisien b₁ dapat dirumuskan sebagai berikut : $t\text{-hitung} = \frac{b-B}{Sb}$

d) Menentukan daerah keputusan, daerah keputusan untuk menerima H₀ atau menolak H₀

e) Menentukan keputusan, apakah variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat.

3. Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya, apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a), tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terkait. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²¹

²¹Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif SPSS Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: AMP YKPN, 2001), 100.