

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif eksplanatif. Menurut Bungin (2001:29), penelitian kuantitatif eksplanatif adalah penelitian yang dapat merekam banyak data dari populasi yang luas dan tidak terlalu menitikberatkan kedalaman data. Menurut Sugiyono, penelitian kuantitatif dan eksplanatif memiliki definisi sendiri. Penelitian kuantitatif yaitu metode yang menggunakan sejumlah data-data numerik dan sampel. (Sugiyono, 2014:7). Sedangkan penelitian eksplanatif yaitu menjelaskan hubungan kausal antar variabel. (Sugiyono, 2006).

3.1.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer atau Penulis mengolah sendiri data yang ada.

3.1.2.1 Data Primer

Data primer berasal dari sumber pertama dan tidak disediakan dalam bentuk tercetak. (Narimawati, 2008:98). Data primer penelitian ini adalah pemilik dan konsumen Warunk Upnormal Dharmahusada itu sendiri. Penulis akan menyebarkan kuesioner *online* guna mendapat data dan pendapat dari konsumen Warunk Upnormal Dharmahusada.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Sugiyono (1997:57) menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang menentukan konsumen dalam penelitian yang nantinya digunakan oleh peneliti. Sedangkan Nawawi (1983) menyatakan populasi sebagai keseluruhan objek penelitian (manusia, benda, hewan, tumbuhan, dsb.) yang digunakan sebagai sumber data.

Dari pernyataan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi merupakan objek atau subjek pada suatu wilayah dan memenuhi syarat yang berkaitan dengan penelitian. Jadi, populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui maupun mengenal Warunk Upnormal Dharmahusada serta berminat mengunjunginya.

3.2.2 Sampel

Sampel penelitian menurut Arikunto (2010:109) adalah sebagian populasi yang akan diteliti dan dapat mewakili seluruhnya.

Teknik yang Penulis gunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *non-probability sampling* (tidak seluruh populasi diambil), kategori *purposive*, yang menggunakan rumus Wibisono dalam Riduwan dan Akdon (2013) :

Tabel 3.2.2 Rumus Sampel Wibisono

$$N = \left\{ \frac{((Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma)}{e} \right\}^2$$
$$N = \left\{ \frac{(1,96 \cdot 0,25)}{5\%} \right\}^2$$
$$N = 96,04 \text{ dibulatkan } 100$$

N = jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = nilai dari tabel distribusi normal atas tingkat keyakinan 95% = 1,96.

σ = standar deviasi 25%

e = *error* (batas kesalahan = 5%)

Batas kesalahan atau *margin of error* dalam penelitian Warunk Upnormal Dharmahusada ini adalah 5%, sehingga tingkat akurasi sebesar 95%. Sampel yang diambil untuk mengisi kuesioner *online* sejumlah 100 responden.

3.3 Metode Kuesioner

Menurut Arikunto (2006:151) kuesioner adalah sarana memperoleh informasi dari responden yang mengisi pernyataan tertulis. Sama halnya pendapat Sugiyono (2008:199) yang menyatakan kuesioner adalah teknik pengumpulan data responden dengan memberi beberapa pertanyaan tertulis.

Dalam metode ini, Penulis mengumpulkan data melalui kuesioner *online* untuk disebarkan kepada 100 responden yang ditentukan dari rumus Wibisono. Kuesioner yang diberikan bersifat tertutup karena sudah diberi pilihan jawaban. Skala yang digunakan adalah skala Likert dengan 1= sangat tidak setuju (STS), 2 = tidak setuju (TS), 3 = netral (N), 4 = setuju (S), 5 = sangat setuju (SS).

Dengan menyebarkan kuesioner *online* ini, Penulis berharap mendapat data valid sesuai keadaan sebenarnya di Warunk Upnormal Dharmahusada.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, digunakan tiga variabel yakni harga, atmosfer, dan minat beli konsumen. Harga adalah alat tukar berupa uang yang digunakan untuk

memperoleh produk atau jasa (Saladin, 2001:95). Dengan kata lain, harga adalah persepsi konsumen terhadap nilai yang ditawarkan Warunk Upnormal Dharmahusada.

Sedangkan atmosfer adalah suasana restoran, café, dan sebagainya di lingkungan bisnis. Foster (2008:61) mengungkapkan atmosfer menyebabkan konsumen melakukan pembelian dari efek emosional yang dihasilkan. Dalam pembahasan ini yang dimaksud atmosfer adalah suasana di Warunk Upnormal Dharmahusada serta persepsi konsumen terhadap eksterior, *general interior*, *layout*, dan *interior display* Warunk Upnormal Dharmahusada.

Yang terakhir adalah minat beli konsumen. Minat beli konsumen adalah ketertarikan sikap konsumen untuk bertindak dan mengonsumsi sebelum keputusan membeli dilaksanakan. (Thamrin, 2003:142). Dalam penelitian ini, yang dimaksud minat beli adalah persepsi konsumen terhadap kecenderungan konsumen tersebut untuk mengonsumsi atau menginginkan barang atau jasa Warunk Upnormal Dharmahusada.

Tabel 3.4 : Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
Harga (X ₁)	Persepsi konsumen terhadap nilai yang ditawarkan Warunk Upnormal Dharmahusada.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Harga bersaing dengan kompetitor. 3. Harga sebanding dengan produk yang ditawarkan. <p>Sumber : Kotler dan Keller (2012:420)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - STS (sangat tidak setuju) - TS (tidak setuju) - N (netral) - S (setuju) - SS (sangat setuju)

Atmosfer (X ₂)	Persepsi konsumen terhadap eksterior, general interior, layout, dan interior display Warunk Upnormal Dharmahusada.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eksterior 2. <i>General interior</i> 3. <i>Layout</i> toko 4. <i>Interior Display</i> <p>Sumber : Berman dan Evans (2007:545).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - STS (sangat tidak setuju) - TS (tidak setuju) - N (netral) - S (setuju) - SS (sangat setuju)
Minat beli (Y)	Persepsi konsumen terhadap kecenderungan mengonsumsi atau menginginkan barang atau jasa Warunk Upnormal Dharmahusada.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen membeli secara berkelanjutan. 2. Konsumen membeli setidaknya seminggu sekali. 3. Konsumen bersedia meningkatkan frekuensi pembelian. 4. Konsumen bersedia merekomendasikan kepada teman dan keluarga. <p>Sumber : Jurnal Phan dan Mei (2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - STS (sangat tidak setuju) - TS (tidak setuju) - N (netral) - S (setuju) - SS (sangat setuju)

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Validitas

Gozali (2009) menyatakan uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya sebuah kuesioner. Metode yang digunakan adalah korelasi *product moment*. Kuesioner dinyatakan valid apabila sesuai dengan indikator yang ditetapkan dan memiliki nilai $\alpha < 0,05$.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2009), uji reliabilitas digunakan untuk mengukur *reliable* atau tidaknya sebuah kuesioner. Rumus yang digunakan adalah koefisien *croanbach alpha*. Kuesioner dinyatakan *reliable* apabila dapat digunakan di masa akan datang dan jawabannya konsisten, serta memiliki nilai $\alpha > 0,6$.

3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah hubungan linear antara dua variabel independen ($X_1, X_2, \text{dst.}$) atau lebih, dengan variabel dependen (Y). (Sugiyono, 2014:277).

Analisis ini berfungsi untuk mengetahui arah hubungan variabel independen dengan dependen apakah berhubungan positif atau negatif, serta untuk memprediksi nilai variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan. Formulasi regresi linear berganda adalah :

Tabel 3.5.3. Formula Regresi Linear Berganda.

$$Y' = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_nX_n$$

Y' : variabel dependen

X_1 dan X_2 : variabel independen

a : konstanta

B : koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

1. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap dependen. Apabila nilai signifikansi $F < \alpha$ (0,05) maka ada pengaruh simultan.
2. Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau parsial variabel independen terhadap dependen. Apabila nilai signifikansi $T < \alpha$ (0,05) maka ada pengaruh secara parsial.

