KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah restoran Ichiban Sushi di Mall of Indonesia dengan subyek penelitian adalah konsumen yang pernah membeli makanan di restoran Ichiban Sushi di Mall of Indonesia. Peneliti melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran Ichiban Sushi Mall of Indonesia.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Cooper dan Schindler dalam bukunya yang berjudul *Business Research Methods* (2014 : 126) diakui memiliki banyak versi pengertian, salah satunya adalah sebagai cetakan biru (*blue print*) untuk koleksi, pengukuran, dan analisis data. Dan ada delapan klasifikasi desain yang di bagi oleh Cooper dan Schindler, yaitu :

1. Tingkat perumusan masalah (*degree of research question crystallization*)

   Penelitian ini menggunakan studi formal dimulai dengan suatu hipotesis atau pertanyaan penelitian yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau jawaban atas pertanyaan yang ada di dalam batasan masalah penelitian.

2. Metode pengumpulan data (*method of data collection*)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kueisioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden mengenai variabel dalam penelitian, kemudian mengumpulkan jawaban dari pertanyaan dalam kueisioner tersebut.

3. Pengendalian variabel-variabel oleh peneliti (*research control of variables*)

Penelitian ini dikatakan sebagai penelitian *ex post facto*, karena penelitian ini dilakukan setelah kejadian sesudah fakta atau peristiwa yang telah terjadi, sehingga peneliti tidak dapat mengontrol variabel-variabel yang diteliti dan sifatnya tidak dimanipulasi.

4. Tujuan penelitian (*the purpose of the study*)

Penelitian ini tergolong penelitian kasual karena penelitian ini berkaitan dengan pernyataan "pengaruh" dan "seberapa besar pengaruh" variabel independen terhadap variabel dependen.

5. Dimensi waktu (*the time dimension*)

Penelitian ini merupakan penelitian *cross – sectional*, dimana penelitian hanya dilakukan sekali dan mewakili satu periode tertentu.

6. Ruang lingkup topik bahasan (*the tropical scope*)

Penelitian ini menggunakan studi desain statistik dengan tujuan untuk memperluas studi bukan untuk memperdalamnya. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Kesimpulan penelitian disajikan berdasarkan tingkat sejauh mana sampel ada *representative* dengan tingkat validitas atau kesalahan sampel.

7. Lingkungan penelitian (*the research environment*)

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan *actual* (kondisi lapangan) karena data-data didapatkan secara langsung di lapangan dengan menyebarkan kuesioner.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

8. Persepsi subyek (*participants' perceptual awareness*)

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian. Dimana persepsi subyek penelitian dapat memengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Oleh karena itu, penulis berusaha memberikan pemahaman kepada subyek penelitian untuk menghindari persepsi negatif terhadap penelitian yang sedang penulis lakukan.

C. Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Variabel bebas atau disebut juga dengan variabel pengaruh atau *independent variable* adalah variabel yang menentukan atau memengaruhi adanya variabel lain. Dalam penelitian ini variabel pengaruhnya adalah kualitas produk. Kualitas produk disini berhubungan dengan nilai dan kepuasan pelanggan atau kecocokan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

Variabel tidak bebas atau disebut juga variabel terikat atau variabel tergantung atau *dependent variable* adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau *independent variable*. Dan *dependent variable* dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian disini adalah seberapa besar intensitas pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Dimensi yang digunakan sebagai indikator dari variabel independent yang peneliti gunakan hanya lima dimensi dari sembilan dimensi yang ada. Hal ini dikarenakan beberapa dimensi tidak memenuhi syarat dalam penelitian ini. Dimensi dan indikator tersebut dapat dilihat pada tabel 3.1 dan tabel 3.2 di bawah ini:

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Infomatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.1
Dimensi dan Indikator dari Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk	1. Bentuk (*Form*)	1. Ukuran makanan yang disajikan restoran Ichiban Sushi cocok dengan porsi anda. 2. Tampilan makanan yang disajikan restoran Ichiban Sushi menarik perhatian. 3. Variasi menu makanan yang ditawarkann oleh Ichiban Sushi menarik.	Interval
	2. Fitur (*Features*)	1. Ichiban Sushi memiliki rasa yang khas.	Interval
	3. Mutu Kinerja (*Performance Quality*)	1. Rasa makanan dari restoran Ichiban Sushi enak. 2. Makanan di restoran Ichiban Sushi mengenyangkan.	Interval
	4. Mutu Kesesuaian (*Conformance Quality*)	1. Penyajian makanan sesuai dengan yang dijanjikan oleh restoran Ichiban Sushi. 2. Makanan dari restoran Ichiban Sushi dapat bersaing dengan restoran sejenis lainnya.	Interval
	5. Keandalan (*Reliability*)	1. Restoran Ichiban Sushi dalam menyajikan makanan selalu sama dari waktu ke waktu.	Interval

Sumber : Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012 : 351)

Tabel 3.2

Dimensi dan Indikator dari Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan pembelian	Pembelian Ulang	1. Saya akan membeli kembali makanan di restoran Ichiban Sushi.	Interval
	Pembelian Jangka Panjang	1. Saya memiliki komitmen untuk membeli makanan di restoran Ichiban Sushi dalam jangka panjang.	Interval

Sumber : Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk (2008 : 527)

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengukuran dengan skala Likerd. Menurut Kotler dan Schindler, skala likert terdiri dari pernyataan yang menyatakan sikap menyetujui atau tidak menyetujui setiap pernyataan. Setiap tanggapan diberi skor numerik yang mencerminkan tingkat kesukaan, skor-skor ini dapat dijumlah untuk mengukur setiap sikap partisipan secara keseluruhan. Skor yang digunakan dalam penelitian adalah 1 (satu) sampai dengan 5 (lima). Dimana angka 1 (satu) mencerminkan sangat tidak setuju dan 5 (lima) sangat setuju.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Pengertian sampel menurut Cooper dan Schindler (vol.1, 2006 : 83), adalah bagian dari populasi target, yang dipilih secara cermat untuk mewakili populasi itu. Dalam penelitian ini, digunakan suatu teknik atau prosedur penarikan sampel non-probabilitas, yaitu pendekatan *Judgement Sampling* atau pengambilan sampel bertujuan (Cooper dan Schindler, vol.2, 2006 : 139), adalah pengambilan sampel dimana responden sampel memenuhi kriteria penelitian dan sampel yang diambil dapat mewakili populasi tersebut. Responden yang terpilih harus memenuhi kriteria adalah kuisioner ditujukan untuk konsumen restoran Ichiban Sushi Mall Kelapa Gading 3.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi (Cooper dan Schindler, 2006 : 159). Dalam hal ini penulis akan mengumpulkan data dari kuesioner yang telah diberikan oleh peneliti dan diisi oleh para responden dengan skor 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Adapun

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

responden yang dipilih merupakan orang yang pernah mengunjungi dan makan di restoran Ichiban Sushi Mall Kelapa Gading 3.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Penulis melakukan analisis deskriptif menggunakan perhitungan berikut :

a. Rata-rata hitung (mean)

Rata-rata hitung (mean) adalah jumlah dari seluruh data, kemudian dibagi banyaknya objek yang dieliti. Ketentuan dari mean adalah sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan :

$\bar{X}$ = Rata-rata hitung

X_i = Data

n = Jumlah data

b. Rentang skala

Dalam analisis, digunakan rata-rata tertimbang dengan rentang skala ditentukan sebagai berikut :

$$\text{Range} = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

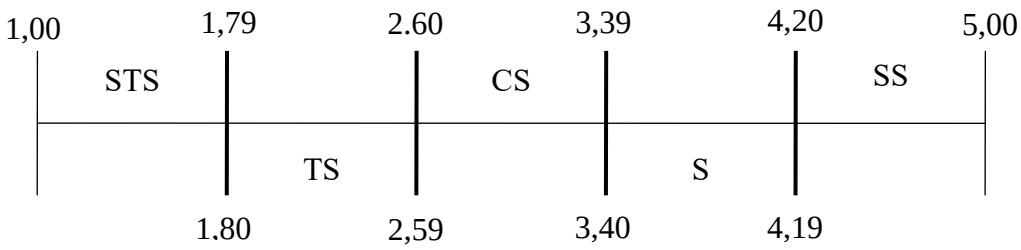
m = Rata-rata nilai tertinggi

n = Rata-rata nilai terendah

b = Jumlah kelas / banyaknya kategori

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hakcipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

CS : Cukup Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

2. Analisis SEM (*Structural Equation Model*)

Structural Equation Model (SEM) merupakan suatu teknik yang mampu menganalisis variabel latent, variabel indikator, dan kesalahan pengukuran secara langsung. Dengan SEM kita mampu menganalisis hubungan antara variabel latent dengan variabel indikatornya, hubungan antara variabel latent dengan variabel latent yang lain, juga menegtahui besarnya kesalahan pengukuran (Tumpal dan Sugiarto 2006 : 2).

SEM terdiri atas variabel latent dan variabel teramati. Variabel latent merupakan *construct* atau konsep abstrak yang menjadi perhatian yang hanya dapat diamati secara tidak langsung melalui efeknya pada variabel-variabel teramati. Variabel teramati adalah variabel yang dapat diamati atau diukur secara empiris (Tumpal dan Sugiarto 2006 : 9).

Analisis SEM terdapat 2 model yaitu model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran adalah model yang menggambarkan hubungan variabel latent

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

dengan variabel-variabel teramati (indikator). Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukakan sejauh mana instrumen pegukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Terdapat beberapa jenis validitas :

(1) Validitas Konstruksi. Suatu kuesioner yang baik harus dapat mengukur dengan jelas kerangka dari penelitian yang akan dilakukan. Jadi, misalkan dalam pengukuran konsep tentang kepuasan pelanggan, maka kuesioner tersebut dikatakan valid jika mampu menjelaskan dan mengukur kerangka konsep.

(2) Validitas Isi. Validitas isi adalah suatu alat yang mmengukur sejauh mana kuesioner atau alat ukur tersebut mewakili semua aspek yang dianggap sebagai kerangka konsep.

(3) Validitas Prediktif. Validitas prediktif adalah kemampuan dari kuesioner memprediksi perilaku dari konsep.

Untuk melakukan uji validitas, metode yang dilakukan adalah dengan mengukur korelasi antara butir-butir pertanyaan dengann skor pernyataan secara keseluruhan. Tahap-tahap yang harus dilakukan untuk melakukan pengujian validitas adalah:

(1) Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur. Jadi untuk menguji validitas suatu konsep, tahap awal yang harus dilakukan adalah menjabarkan konsep dalam suatu definisi operasional.

(2) Melakukan uji coba pada beberapa responden. Uji coba minimal dilakukan terhadap 30 orang.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

(3) Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.

(4) Menghitung nilai korelasi antara masing-masing skor butir jawaban dengan skor total dari butir jawaban.

b. Uji Reliabilitas

Apabila suatu alat pengukuran telah dinyatakan valid, maka tahap berikutnya adalah mengukur reliabilitas dari alat. Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Misalkan tersedia kuesioner yang mengukur keputusan pembelian, maka hasil kuesioner tersebut akan sama jika digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen pada penelitian yang lain.

Setelah pengujian validitas kuesioner, maka kuesioner dapat diuji reliabilitasnya. Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan kestabilan dalam mengukur. Kestabilan disini berarti kuesioner tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur koonsep dan konstruksi dari suatu kondisi ke kondisi yang lain. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *One Shot*. Pada teknik ini pengukuran dilakukan hanya pada satu waktu, kemudian dilakukan perbandingan dengan pertanyaan yang lain atau dengan pengukuran korelasi antar jawaban. Metode ini dapat dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,70. (Tumpal dan Sugiarto 2006 : 71)