

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Ly Cafe & Resto Siranggong Kabupaten

Labuhanbatu Utara

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan mulai dari Oktober 2024 sampai 21 Mei 2025.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																															
		Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Pengajuan Judul																																
2.	Penyusunan Proposal																																
3.	Bimbingan Proposal																																
4.	Seminar Proposal																																
5.	Pengajuan Surat Riset																																
6.	Menerima surat balasan izin riset																																
7.	Pengumpulan dan pengambilan data																																
8.	Sidang Meja Hijau																																

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono dalam (Sugiarti, 2018) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pekerja di Ly Cafe & Resto berjumlah 75 orang.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono dalam (Sugiarti, 2018) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Dia menyatakan bahwa apabila populasinya kurang dari 100 orang lebih baik keseluruhan populasi dijadikan sampel atau disebut sampel jenuh. Maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah pekerja di Ly Cafe & Resto yaitu 75 orang.

C. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari definisi yang berbeda-beda terhadap berbagai istilah dalam pengertian ini, maka dijelaskan beberapa istilah yang berhubungan dengan penelitian ini.

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Ukur
Word of Mouth (X ₁)	Menurut Kotler dan Keller, word of mouth (WOM) adalah sarana komunikasi yang melibatkan pemberian saran dan pendapat kepada seseorang atau sekelompok orang tentang suatu barang atau jasa dengan tujuan untuk menginformasikan keberadaan barang tersebut.	1. Mendorong 2. Merekomendasikan 3. Membicarakan	Skala Likert
Brand Image (X ₂)	Menurut kotler dan keller, brand image adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Suatu brand image yang kuat dapat memberikan keunggulan utama bagi bank salah satunya dapat menciptakan keunggulan bersaing.	1. Kemudahan nama merek untuk diingat 2. Kemudahan merek untuk diucapkan 3. Variasi produk	Likert
Promosi Penjualan (X ₃)	Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa	1. Periklanan 2. Penjualan perseorangan 3. Hubungan masyarakat 4. Informasi mulut ke mulut	Likert
Harga (X ₄)	Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dari biaya, serta paling mudah disesuaikan yang bertujuan untuk	1. Kesesuaian harga 2. Daftar harga 3. Potongan harga khusus 4. Harga yang	Likert

	mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan kepada pasar tentang produk dan mereknya.	dipersiapkan	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu diantaranya.	1. Tujuan dalam membeli sebuah produk 2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek 3. Pemantapan pada sebuah produk 4. Memberikan rekomendasi pada orang lain	Likert

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Data kuantitatif, khususnya, diukur pada skala digital (angka). Data dari laporan penelitian ini dikuantifikasi karena data yang diperoleh dengan mengukur nilai beberapa variabel dalam sampel atau populasi. Data kuantitatif, khususnya data atau informasi dalam bentuk papan atau tabel grafik.

2. Sumber Data

(Sugiyono, 2017) Mengungkap bahwa dengan melakukan penelitian, data yang digunakan dibagi menjadi dua klasifikasi sumber data, yaitu sumber data utama dan sumber data sekunder. Sumber data ini juga penting karena akan dipertimbangkan untuk metode pengumpulan data. Berikut ini adalah deskripsi klasifikasi sumber data dalam penelitian ini:

a) Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari sumbernya tanpa perantara. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui tanggapan langsung dari pegawai dengan cara mengisi kuesioner serta melakukan wawancara.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung, biasanya melalui pihak lain atau dokumen tertentu. Dalam penelitian ini, data sekunder mencakup dokumen perusahaan, literatur, artikel, sumber dari internet, serta informasi lain yang dianggap relevan dan mendukung penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) *Interview* (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

2) Kuesioner (angket)

(Sugiyono, 2017) Menjelaskan pengumpulan data dengan cara memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada sampel penelitian yaitu responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi pernyataan tentang word of mouth, brand image, promosi penjualan, harga, terhadap keputusan pembelian konsumen di Ly Cafe & Resto kabupaten Labuhanbatu Utara.

3) Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode mpengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

4) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses untuk memperoleh data dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian.

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut (Morissan, 2020) Suatu instrumen pengukuran harus memiliki validitas untuk memastikan ketepatan dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan untuk menilai apakah suatu kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan informasi yang diharapkan. Sebuah kuesioner dianggap valid jika setiap pertanyaan atau pernyataan yang terdapat di dalamnya dapat menggambarkan aspek yang ingin diukur. Analisis ini bertujuan untuk menentukan apakah data yang diperoleh memiliki tingkat keabsahan (validitas) dan dapat diandalkan (reliabilitas).

Kriteria validitas yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Valid: jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel.
- Tidak valid: jika nilai r hitung lebih kecil dari nilai r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Morissan, 2020) reliabilitas adalah indikator tingkat kehandalan dan kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut reliabel atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan (kuesioner) dapat diandalkan atau dengan pengertian lain dapat mengukur jawaban responden secara konsisten. Untuk menghitung uji reliabilitas penulis menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Kuesioner yang dikatakan *reliabel* jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

G. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Bagian ini membahas pola distribusi jawaban responden terhadap seluruh konsep yang diukur. Dari distribusi tersebut, dapat dianalisis kecenderungan umum dari jawaban yang diberikan. Untuk menentukan kecenderungan jawaban responden pada setiap variabel, analisis dilakukan berdasarkan nilai skor rata-rata (indeks), yang kemudian diklasifikasikan ke dalam rentang skor tertentu.

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum menguji hipotesis, tes pertama akan diperiksa perbedaan untuk asumsi konvensional. Dalam hipotesis klasik, beberapa tes harus dilakukan, yaitu pengujian normal, pengujian heterogen dan beberapa tes berganda.

a. Uji Normalitas

Pengujian normal untuk tujuan pengujian, baik dalam model regresi yang mengganggu atau variabel yang tersisa memiliki distribusi normal. Seperti yang kita ketahui bahwa pengujian dan pengujian F assumes bahwa nilai yang tersisa mengikuti distribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari tes ini adalah untuk memeriksa apakah dalam model regresi, ada ketidaksetaraan varian dan pengamatan untuk pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah homoskedastik, yang merupakan varian dari pengamatan yang tersisa untuk pengamatan lain adalah permanen.

c. Uji Multikolonieritas

Tes multikolonieritas adalah untuk tujuan memeriksa apakah model regional ternyata menjadi korelasi antara variabel independen (independen). Jika ada banyak warna, koefisien regresi yang tidak diketahui dan kesalahannya akan menjadi tak terbatas. Metode untuk mendiagnosis keberadaan analisis multi -lapis -layered dari nilai toleransi dan koefisien inflasi saingan (Vivid). Pengukuran toleransi variabel terpilih independen tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai toleransi berulir sama dengan nilai langsung tinggi, karena $hidup = 1 / toleransi$. Nilai cutoff yang digunakan untuk menunjukkan adanya toleransi multi -lapis kurang dari 0,1 atau sama dengan nilai langsung lebih dari 10.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah banyak analisis regresi linier. Penggunaan banyak analisis referensi untuk tujuan menghitung efek kuantitatif dari perubahan, peristiwa ini digunakan (variabel

x) pada peristiwa lain (variabel y), di mana dalam penelitian ini, dikonversi untuk memeriksa efek dari mulut ke mulut, gambar merek, mempromosikan penjualan dan harga konsumen.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ada diantara word of mouth, brand image, promosi penjualan dan harga terhadap pembelian konsumen di Ly cafe & resto yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana:

Y	=	Keputusan Pembelian
X1	=	Word of Mouth
X2	=	Brand Image
X3	=	Promosi Penjualan
X4	=	Harga
α	=	Nilai intercept (konstan)
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$	=	Koefisien variabel bebas
e	=	Standar error (faktor pengganggu)

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t adalah pengujian analisis data dengan membandingkan satu variabel bebas. Metode ini digunakan untuk menentukan apakah suatu angka tertentu menyimpang secara signifikan dari rata-rata sampel atau tidak. Adapun rumus uji t sampel, yaitu :

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

Keterangan:

r = Koefisien Regresi

n = Jumlah Responden

b. Uji F

Tes uji F adalah metode pengujian dalam statistik yang digunakan untuk memeriksa intensitas semua variabel independen pada variabel dependen. Kegunaan uji F ini mencakup pengujian dari transmisi oral (x1), gambar merek (x2), promosi penjualan (x3) dan harga (x4) yang mempengaruhi keputusan pembelian (y) untuk Ly Cafe & Resto di Kabupaten Labuhanbatu Utara. dengan rumus Sugiyono, (2012):

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (k - 1)}{(1 - R^2) / (N - k)}$$

Keterangan:

F = Harga F

R = Koefisien Korelasi Ganda

k = Banyaknya Variabel Bebas

n = Ukuran Sampel

Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. $H_1 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, $\alpha = 5\%$.

2. Jika nilai $F_{hitung} < \text{nilai } F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, $\alpha = 5\%$

c. Uji Determinasi

Uji determinasi adalah uji analisis data yang digunakan untuk mengukur seberapa besar konstibusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini digunakan untuk mengetahui presentasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Intinya untuk mengukur proporsi atau persentase sumbangan variabel bebas yaitu variabel Word of Mouth, Brand Image, Promosi Penjualan, dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Ly Cafe & Resto. Rumus koefisien determinan sebagai berikut:

$$R^2 = r \times 100\%$$

Dimana :

R^2 = koefisien determinasi

r = persamaan regresi