

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Menurut Husen Umar (2010: 303) pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut : “Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, biasa juga ditambahkan dengan hal-hal lain jika dianggap perlu.” Sedangkan menurut Sugiyono (2012:38) pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut : “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Dengan demikian, maka objek penelitian adalah suatu sasaran ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu untuk mendapatkan data tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda.

Adapun objek penelitian ini adalah konsumen Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi (Astro) dengan ruang lingkup penelitian mengenai “pengaruh iklan dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen”.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi merupakan salah satu rumah makan di Tasikmalaya yang menyajikan makanan khas sunda tradisional. Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi didirikan oleh Hj. Asep Haelusna pada tahun 2006 yang beralamat di Jl. R. Ikik Wiradikarta Kalektoran Tasikmalaya.

Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi bergerak pada bidang jasa tepatnya pada kuliner. Pada awal berdirinya Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi hanya memiliki pegawai kurang dari 10 orang, namun seiring dengan bertambahnya jumlah konsumen maka pihak manajemen memutuskan untuk menambah jumlah pegawai dalam upaya untuk memenuhi permintaan dan pelayanan terhadap konsumen. maka pihak manajemen memutuskan untuk menambah jumlah pegawai hingga sampai sekarang mencapai 500 orang dan memiliki sepuluh rumah makan nasi liwet diberbagai lokasi di Jawa Barat dalam upaya untuk memenuhi permintaan dan pelayanan terhadap konsumen. Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi menyajikan berbagai macam makanan khas Sunda tradisional.

Asep Stroberi dalam melayani konsumennya tidak terbatas hanya dalam kuliner saja, tetapi saat ini juga dijadikan sebagai sarana untuk berkumpul dan bersosialisasi, untuk menggelar rapat atau sebagai tempat pertemuan dengan rekan bisnis. Asep Stroberi juga menyewakan tempat untuk acara lomba pemancingan dan penginapan. Rumah makan Asep Stroberi melihat keadaan ini sebagai peluang untuk membuat bisnis mereka menjadi lebih berkembang. Oleh karena itu, rumah makan saat ini tidak hanya menawarkan makanan, tetapi mereka juga menawarkan berbagai macam keuntungan dan fasilitas lainnya.

Dalam melaksanakan tugasnya Asep Stroberi memiliki visi sebagai pedoman dalam menjalankan bisnisnya, serta misi sebagai ciri khas sebagai diri mereka. Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi dalam melaksanakan bisnisnya juga mempunyai strategi, tujuan, yang semuanya berorientasi pada kepuasan

konsumen, karena Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi percaya bahwa apabila konsumen merasa puas dengan makanan yang disajikan maka konsumen akan tertarik untuk kembali lagi.

3.1.2 Visi Dan Misi Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi (Astro)

3.1.2.1 Visi

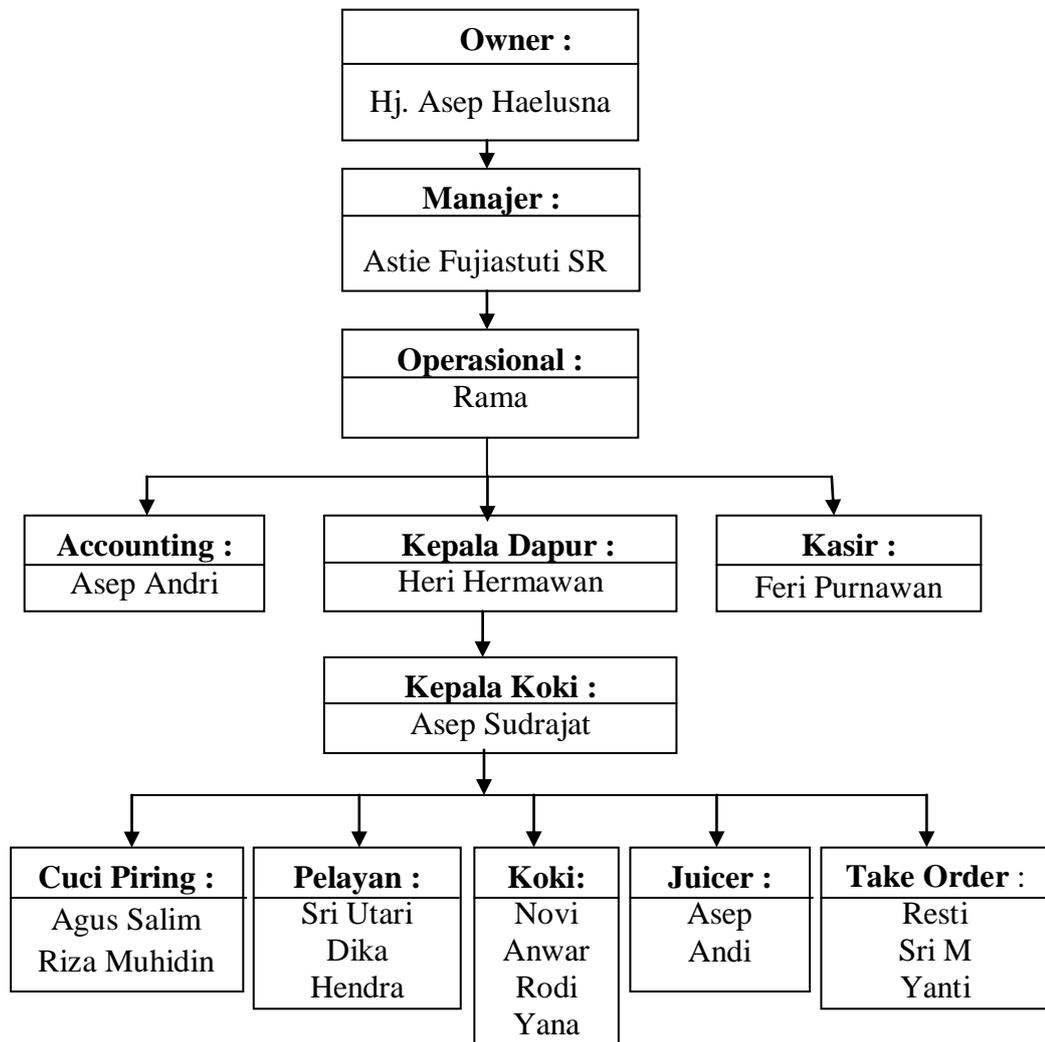
Visi sebagai pedoman dalam menjalankan bisnisnya.

3.1.2.2 Misi

Sebagai ciri khas diri mereka.

3.1.3 Struktur Organisasi

Dengan mengetahui struktur organisasi suatu perusahaan atau instansi pemerintah ataupun swasta maka akan dapat diperoleh gambaran dan pengetahuan tentang bagian-bagian yang ada dalam perusahaan atau instansi pemerintah atau swasta, serta tanggung jawab dan wewenang dalam melaksanakan tugasnya masing-masing. Untuk lebih jelasnya struktur organisasi Nasi Lewat Rumah Makan Asep Stroberi (Astro) bisa dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber : Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi Tasikmalaya (Februari, 2017)

Gambar 3.1
Struktur Organisasi Rumah Makan Asep Stroberi (Astro) Tasikmalaya

3.1.4 Aspek-aspek Kegiatan Perusahaan

Tugas utama dari Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi adalah menyediakan kualitas layanan yang baik terhadap menu makanan dan makanan khas sunda tradisional yang berada di wilayah Kota Tasikmalaya dan sekitarnya.

Mendapatkan keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan dan mengusahakan penyediaan berbagai makanan khas sunda tradisional.

Kegiatan yang dijalankan Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi meliputi:

1. Penyediaan makanan khas sunda tradisional.
2. Penjualan makanan khas sunda tradisional beraneka ragam.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan penelitian ini, penulis menggunakan metode survey yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. (Singarimbun dan Effendi, 2011 :24

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kualitas Layanan (X ₁)	Keseluruhan gabungan karakteristik layanan dari pemasaran, pembuatan dan pemeliharaan sehingga membuat kepuasan terhadap konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> • Bukti fisik (tangibel) • Empati (emphaty) • Keandalan (reliability) • Daya tanggap (responsivene s) 	<ul style="list-style-type: none"> • Layanan Jasa yang baik • Komunikasi yang baik dan merasakan apa yang di rasakan oleh konsumen • Memberikan pelayanan yang memuaskan • Kesiapan dan daya tanggap yang baik kepada konsumen 	Ordinal

		<ul style="list-style-type: none"> • Jaminan (Assurance) 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan kepercayaan terhadap cita rasa makanan yang tidak pernah berubah. 	
Iklan (X ₂)	Media komunikasi satu arah yang berisi promosi mengenai layanan yang ditawarkan perusahaan dimana memadukan audio dan visual serta dikemas dalam bentuk yang semenarik mungkin agar dapat perhatian dari konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Simple</i> • <i>unexpected</i> • <i>persuasive</i> • <i>entertaining</i> • <i>relevant</i> • <i>acceptable</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Iklan Nasi Liwet di RM Asep Stroberi dapat dimengerti hanya dengan sekali lihat • Iklan harus unik dan dapat menempatkan diri dibenak masyarakat • Sebuah iklan harus meyakinkan konsumen • Iklannya dapat memainkan emosi konsumen • Berhubungan dengan layanan iklan Nasi Liwet di RM Asep Stroberi • Iklan dapat diterima secara pribadi 	Ordinal
Keputusan pembelian (Y)	layanan yang digunakan memenuhi harapan konsumen Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi Tasikmalaya Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi Tasikmalaya	<ul style="list-style-type: none"> • Memilih produk • Memilih merek • Memilih penjual • Waktu pembelian • Metode pembayaran 	<ul style="list-style-type: none"> • Sesuai kebutuhan dan Kesetiaan terhadap produk yang di beli konsumen. • Kesetiaan pembelian konsumen terhadap merek yang di inginkan. • Mencari penjual • Tingkat kesanggupan pembelian • Kemudahan pembayaran 	Ordinal

3.2.2. Jenis Data Dan Prosedur Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Data primer : data yang diperoleh dari objek penelitian baik dari perusahaan maupun responden atau konsumen Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi Tasikmalaya.
- 2) Data sekunder : data yang telah diolah oleh pihak lain yang diperoleh dari lembaga atau instansi yang berhubungan dengan objek penelitian atau studi kepustakaan. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut :
 - Wawancara adalah pengumpulan data dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak manajemen perusahaan atau konsumen untuk mendapatkan data secara lebih mendalam. Melalui wawancara ini dapat diperoleh informasi tambahan yang tidak terjaring lewat tahap observasi.
 - Kuesioner merupakan daftar yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti. Kuesioner ini diberikan kepada responden terpilih, yaitu konsumen Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi Tasikmalaya.
 - Studi dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang mempelajari, membaca dan mengumpulkan dokumen dan arsip perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

1) Populasi

Menurut Sugiyono (2011:115) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Nasi Liwet Rumah Makan Asep Stroberi yang berjumlah 2400 orang yang diambil berdasarkan jumlah konsumen perbulannya dimana perharinya rata-rata 96 konsumen.

2) Sampel

Menurut Sugiyono (2012:116) adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk menentukan ukuran sampel yang akan diambil, agar mewakili seluruh populasi maka digunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin yang dikutip oleh Husein Umar (2002:141) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

N= Jumlah populasi

n = Ukuran sampel

e^2 =standar eror (e = 100%)

Jadi populasi (N) sebanyak 2400 orang dengan nilai kritis yang di inginkan (e) sebesar 10% maka ukuran sampel yang digunakan sebagai berikut :

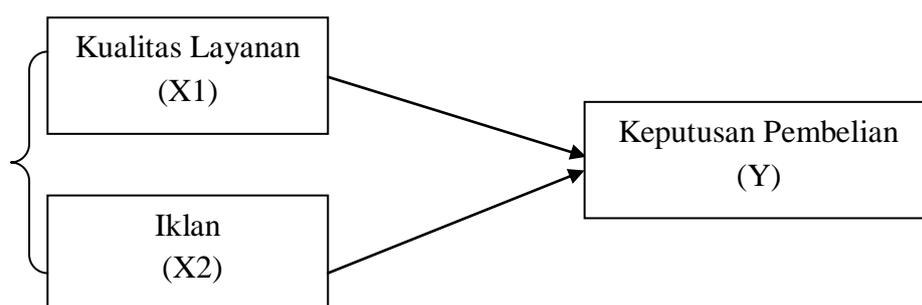
$$n = \frac{2400}{1+2400(0,1)^2} = 96 \text{ responden}$$

Maka jumlah sampel minimal yang ditentukan sebanyak 96 responden. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampling kebetulan atau bisa disebut juga *accidental sampling* yaitu bentuk sampel non probabilitas dimana anggota sampel yang dipilih, diambil berdasarkan kemudahan mendapatkan data yang diperlukan seadanya, seperti mudah ditemui atau dijangkau atau kebetulan ditemukan Hasan (2008:157).

3.3 Model Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel, dimana 2 variabel bebas (independent variabel), yaitu kualitas layanan (X1), iklan (X2), dan 1 variabel terikat (dependent variabel) yaitu keputusan pembelian (Y).

Untuk mengetahui gambaran umum mengenai pengaruh iklan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian maka disajikan paradigma penelitian berdasarkan pada kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 3.2
Model Penelitian

Dimana :

- X₁ = variabel independen pertama yaitu kualitas layanan
- X₂ = variabel independen kedua yaitu iklan
- Y = variabel dependen yaitu keputusan pembelian

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 Metode *Successive Interval*

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan *Successive Interval Method*. Menurut Al-Rasyid (1994 : 12), menyatakan bahwa skala likert jenis ordinal hanya menunjukkan rangkingnya saja. Oleh karena itu, variable yang berskala ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval. Adapun langkah kerja *method of successive interval* adalah sebagai berikut :

- a. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada)
- b. Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh $P_i = F_i/n$.
- c. Jumlahan P (Proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ($P_{ki} = P_1 + \dots + P_i$)
- d. Proporsi kumulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bias menemukan nilai Z untuk setiap kategori.
- e. Hitung SV (Scale value) = nilai skala dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{area under limit} - \text{area under lower limit}}$$

Nilai-nilai density diperoleh dari tabel ordinal distribusi norma baku.

- f. SV (scale vaalue) yang nilainya terkecil (harga negative yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1)

$$\text{Transformed SV} \longrightarrow Y = SV + |SV \text{ min} |$$

3.4.3 Prosedur Pengumpulan Data

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan intervalnya, yaitu sebagai berikut :

$$NJl = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Per tan yaan}} \quad (\text{Sudjana, 2000:79})$$

Dari seluruh variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini dapat dirancang pengujian hipotesisnya yang secara konseptual diilustrasikan sebagai berikut :

Tabel 3.2
Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Positif

Nilai	Notasi	Predikat
5	SS	Sangat Setuju
4	S	Setuju
3	TAP	Tidak Ada Pendapat
2	TS	Tidak Setuju
1	STS	Sangat Tidak Setuju

Tabel 3.3
Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Negatif

Nilai	Notasi	Predikat
1	SS	Sangat Setuju
2	S	Setuju
3	TAP	Tidak Ada Pendapat
4	TS	Tidak Setuju
5	STS	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Sugiyono (2007:87)

3.4.2 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, yang terdiri dari dua variabel bebas, yaitu Kualitas Layanan dan Iklan. Sedangkan satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

Teknik yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) supaya bila ada korelasi setiap variabel dapat dihitung dan tidak perlu diuji secara asumsi klasik. Tujuannya digunakan analisis ini untuk mengetahui seperangkat variabel bebas (Kualitas Layanan dan Iklan) secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian).

Tabel 3.4

Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X_1 dan X_2 Terhadap Y

No	Nama Variabel	Formula
1	Kualitas Layanan	
	a. Pengaruh Langsung X_1 Terhadap Y	$(\rho_{yx_1})(\rho_{yx_1})$
	b. Pengaruh Tidak Langsung X_1 Melalui X_2	$(\rho_{yx_1})(r_{x_1x_2})(\rho_{yx_2})$
	Pengaruh X_1 Total Terhadap Y	$a + b \dots \dots (1)$
2	Iklan	
	c. Pengaruh Langsung X_2 Terhadap Y	$(\rho_{yx_2})(\rho_{yx_2})$
	d. Pengaruh Tidak Langsung X_2 Melalui X_1	$(\rho_{yx_2})(r_{x_1x_2})(\rho_{yx_1})$
	Pengaruh X_2 Total Terhadap Y	$c + d \dots \dots (2)$
	Total Pengaruh X_1, X_2 Terhadap Y	$(1) + (2) = kd$
	Pengaruh Lain yang Tidak Diteliti	$1 - kd = knd$

3.4.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional penetapan tingkat signifikan, kriteria dan penarikan simpulan

1. Penetapan Hipotesis Operasional

a. Pengujian hipotesis secara simultan

$$H_0 : P_{yx1} = P_{yx2} < 0$$

$$H_1 : P_{yx1} = P_{yx2} \geq 0$$

H_0 = tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan (x_1) dan Iklan (x_2) terhadap Keputusan Pembelian (y) pada Rumah Makan Nasi Liwet Asep Stroberi Tasikmalaya.

H_1 = terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan (x_1) dan Iklan (x_2) terhadap Keputusan Pembelian (y) pada Rumah Makan Nasi Liwet Asep Stroberi Tasikmalaya.“

Dengan kriteria penolakan H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Uji signifikan menggunakan rumus :

$$F = \frac{(n-k-1)R_{yX_1X_2, \dots, X_k}^2}{k(1-R_{yX_1X_2}^2)} \quad (\text{Sitepu, 1995 : 25})$$

Statistik uji ini mengikuti distribusi F dengan derajat bebas $V_1 = k$ dan

$$V_2 = n-k-1$$

b. Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Hipotesis operasional :

$$H_0 : P_{yx1} < 0$$

$$H_1 : P_{yx1} \geq 0$$

H_0 = tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan (x_1) terhadap Keputusan Pembelian (y) pada Rumah Makan Nasi Liwet Asep Stroberi Tasikmalaya.

H_1 = terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan (x_1) terhadap Keputusan Pembelian (y) pada Rumah Makan Nasi Liwet Asep Stroberi Tasikmalaya.

H_0 = tidak terdapat pengaruh antara Iklan (x_2) terhadap Keputusan Pembelian (y) pada Rumah Makan Nasi Liwet Asep Stroberi Tasikmalaya..

H_1 = terdapat pengaruh antara Iklan (x_2) terhadap Keputusan Pembelian (y) pada Rumah Makan Nasi Liwet Asep Stroberi Tasikmalaya.

Uji signifikan menggunakan satu arah, di mana kaidah keputusannya sebagai berikut :

Terima H_0 jika $t \geq t \alpha$

Tolak H_0 jika $t < t_{hitung}$

Uji statistic menggunakan rumus :

$$t_i = \frac{P_{yx_1}}{\sqrt{\frac{(1-R_{yx_1 \dots x_k})}{(n-k-1)(1-R_{X_1 \dots X_k})}}}; i : 1, 2, \dots, k \quad (\text{Sitepu, 1995 : 28})$$

1. Penetapan Tingkat Signifikansi

Untuk menguji signifikansi dilakukan dua pengujian yaitu sebagai berikut :

a. Secara parsial

Statistik ini mengikuti distribusi t dengan derajat bebas $n-k-1$, dengan rumus :

$$\frac{\rho_{yx_i}}{\sqrt{\frac{(1-R^2_{yx_i \dots x_k})}{(n-k-1)(R^2_{yx_i, x_1 \dots x_k})}} \quad (\text{Sitepu, 1994: 28})$$

Dimana :

ρ_{yxi} = koefisiensi jalur (besarnya pengaruh) variabel X_i terhadap variabel Y

$R^2_{yx_1 \dots x_k}$ = koefisiensi yang menyatakan determinasi total dari semua variabel X terhadap variabel Y ($pyx_1, r_{yx_1} + pyx_2, r_{yx_2} + pyx_3, r_{yx_3}$).

$R^2_{yx_i, x_1 \dots (x_i) \dots x_k}$ = koefisiensi yang menyatakan hubungan multipel antara X_i dengan X_1, \dots, X_k tanpa X_i

b. Secara simultan

Statistik uji ini mengikuti distribusi F dengan derajat bebas $V_1 = k$ dan

$V_2 = n-k-1$, dengan menggunakan rumus :

$$F = \frac{(n - k - 1)R^2_{yx_1 x_2 \dots x_k}}{k(1 - R^2_{yx_1 x_2 \dots x_k})} \quad (\text{sitepu, 1994: 25})$$

1. Kriteria Pengujian

a. Secara parsial :

Tolak H_0 dan terima H_a jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Terima H_0 dan tolak H_a jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

b. Secara simultan :

Tolak H_0 dan terima H_a jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Terima H_0 dan tolak H_a jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

2. Penarikan Simpulan

Berdasarkan tahapan penelitian dan pengujian di atas, maka akan dilakukan analisis secara kuantitatif. Dari hasil analisis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan dapat diterima atau ditolak. Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini digunakan program SPSS 16.0 dan *Microsoft Office Excel 2013*.