

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Pada sub bab ini, peneliti akan menjelaskan mengenai metode penelitian yang nantinya akan digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini. Metode penelitian merupakan suatu alat yang didalam pencapaiannya berguna untuk memecahkan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2021:2) “Metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan memecahkan permasalahan yang diteliti dengan cara yang sesuai prosedur penelitian.

Secara rinci teknik pengumpulan data yang dilakukan pada konsumen Ramen Aboy dengan menggunakan metode survei, dimana peneliti melakukannya untuk mendapatkan data yang sesuai untuk memecahkan masalah, pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara. Menurut Sugiyono (2021:57) yang mengemukakan bahwa “Metode survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah dari data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis”.

Tujuan penelitian survei adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail dengan latar belakang, sifat-sifat, serta karakteristik yang khas dari kasus

atau kejadian suatu hal yang bersifat umum. Data penelitian yang diperoleh tersebut, dianalisis secara kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021:16) mengemukakan bahwa “Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif menurut Sugiyono (2021:64) mengemukakan bahwa “Metode deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pernyataan terhadap nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (variabel itu sendiri) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”. Metode penelitian deskriptif yang digunakan pada penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah nomor 1,2 dan 3 yaitu bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk pada Ramen Aboy, bagaimana tanggapan konsumen mengenai lokasi pada Ramen Aboy dan bagaimana tanggapan konsumen mengenai proses keputusan pembelian pada Ramen Aboy.

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2021:17) “Adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan”. Metode penelitian verifikatif dalam penelitian ini akan menguji rumusan masalah nomor 4 yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen Ramen Aboy baik secara simultan maupun secara parsial.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti perlu menjelaskan definisi variabel penelitian dan juga memaparkan operasionalisasi variabel penelitian, karena hal tersebut merupakan suatu aspek yang memberikan informasi mengenai variabel yang tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya.

Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi kualitas produk (X_1), lokasi (X_2) dan proses keputusan pembelian (Y). Variabel-variabel tersebut kemudian dibentuk dalam operasionalisasi variabel berdasarkan dimensi, indikator, ukuran dan skala penelitian. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian sebagai berikut.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian pun menjadi hal penting yang sangat mendasar dalam penelitian. Hal ini mengingat variabel penelitian merupakan tahapan awal dari penulisan suatu penelitian dalam menentukan hal yang ingin diteliti. Menurut Sugiyono (2021:67) mengemukakan bahwa “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*), dan variabel terikat (*dependent variable*).

Adapun menurut Sugiyono (2021:69) mengemukakan bahwa “Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) menurut Sugiyono (2021:68) mengemukakan bahwa “Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (*independent variable*)”.

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yang digunakan yaitu variabel Kualitas Produk (X₁), Lokasi (X₂) dan Proses Keputusan Pembelian (Y). Variabel kualitas produk dan lokasi adalah variabel bebas (*independent variable*) sedangkan proses keputusan pembelian adalah variabel terikat (*dependent variable*). Berikut adalah definisi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Kualitas Produk (X₁)

Menurut Philip Kotler, Kevin Lane Keller *and* Alexander Chernev (2022:187) mengemukakan bahwa “*Product quality can be defined as the ability of a product or service to meet or exceed consumer expectations*”.

2. Lokasi (X₂)

Menurut Fandy Tjiptono (2020:345) mengemukakan bahwa “Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya”.

3. Proses Keputusan Pembelian (Y)

Menurut M. Anang Firmansyah (2019:205) yang mengemukakan bahwa “Proses keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat

dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan”.

Setelah peneliti menjabarkan definisi-definisi dari setiap variabel penelitian maka pada sub bab berikutnya peneliti akan menjabarkan operasionalisasi variabel guna memperjelas variabel-variabel dalam penelitian ini.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memudahkan proses mendapatkan dan mengelola data yang berasal dari para responden. Selain itu, operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui ukurannya. Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, skala dan nomer item. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti yaitu kualitas produk sebagai variabel bebas pertama (X_1), lokasi sebagai variabel bebas kedua (X_2), dan proses keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y).

Dimana terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala. Data skala ordinal adalah data yang diperoleh dengan cara kategorisasi atau klasifikasi tetapi diantara data tersebut terdapat hubungan atau tingkatan operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel-variabel yang menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui klasifikasi ukurannya. Berikut operasionalisasi variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 pada halaman selanjutnya.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p align="center">Kualitas Produk (X1)</p> <p><i>Product quality can be defined as the ability of a product or service to meet or exceed consumer expectations</i></p> <p>Philip Kotler, Kevin Lane Keller and Alexander Chernev (2022:187)</p>	<i>Performance</i> (Kinerja)	Keaamanan mengkonsumsi produk	Tingkat keamanan mengkonsumsi produk	Ordinal	1
		Tingginya cita rasa produk baik	Tingkat tingginya cita rasa produk	Ordinal	2
	<i>Features</i> (Keistimewaan tambahan)	Pilihan menu Ramen Aboy bervariasi	Tingkat bervariasinya pilihan menu	Ordinal	3
		Keistimewaan produk	Tingkat keistimewaan produk	Ordinal	4
	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	Kesegaran bahan baku yang digunakan	Tingkat kesegaran bahan baku	Ordinal	5
		Kemenarikan warna tampilan produk	Tingkat kemenarikan warna tampilan	Ordinal	6
	<i>Conformance Quality</i> (Kualitas kesesuaian)	Kesesuaian rasa Ramen Aboy yang bertahan	Tingkat kesesuaian rasa produk yang bertahan	Ordinal	7
		Standar suatu produk yang sehat untuk dikonsumsi	Tingkat standar produk yang sehat untuk dikonsumsi	Ordinal	8
	<i>Durability</i> (Ketahanan)	Daya tahan pada rasa produk	Tingkat daya tahan rasa produk	Ordinal	9
		Masa kadaluwarsa produk	Tingkat masa kadaluwarsa produk	Ordinal	10
	<i>Serviceability</i> (Kemampuan pelayanan)	Ketersediaan pelengkap hidangan	Tingkat ketersediaan pelengkap hidangan	Ordinal	11
		Produk sesuai dengan selera konsumen	Tingkat produk sesuai dengan selera konsumen	Ordinal	12
	<i>Aesthetics</i> (Estetika)	Estetika kemasan produk	Tingkat keestetikan kemasan produk	Ordinal	13
		Estetika penyajian produk	Tingkat keestetikan dalam penyajian	Ordinal	14
	<i>Perceived Quality</i> (Kesan kualitas)	Reputasi produk	Tingkat reputasi produk	Ordinal	15
		Kesan terhadap keunggulan produk Ramen Aboy	Tingkat kesan keunggulan Ramen Aboy	Ordinal	16

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p>Lokasi (X2)</p> <p>Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya</p> <p>Fandy Tjiptono (2020:345)</p>	<i>Access</i> (Akses)	Kemudahan akses transportasi umum	Tingkat kemudahan akses transportasi umum	Ordinal	17
		Kelancaran akses menuju lokasi Ramen Aboy	Tingkat kelancaran akses menuju lokasi Ramen Aboy	Ordinal	18
	<i>Visibility</i> (Visibilitas)	Kemudahan melihat lokasi dengan jelas	Tingkat kemudahan melihat lokasi dengan jelas	Ordinal	19
		Kemudahannya menemukan lokasi	Tingkat kemudahan menemukan lokasi	Ordinal	20
	<i>Parking Lot</i> (Lahan parkir)	Tersedianya lahan parkir yang luas	Tingkat tersedianya lahan parkir	Ordinal	21
		Keamanan lahan parkir	Tingkat keamanan lahan parkir	Ordinal	22
	<i>Expension</i> (Ekspansi)	Memiliki keunikan tempat	Tingkat memiliki keunikan tempat	Ordinal	23
		Memiliki keunikan tempat	Tingkat kepemilikan tempat yang luas	Ordinal	24
	<i>Environment</i> (Lingkungan)	Lokasi restoran dekat dengan perkantoran	Tingkat kedekatan lokasi restoran dengan perkantoran	Ordinal	25
		Lingkungan sekitar restoran nyaman	Tingkat kenyamanan lingkungan sekitar restoran	Ordinal	26
	<i>Competition</i> (Persaingan)	Ramen Aboy banyak dikelilingi usaha sejenis	Tingkat banyak dikelilingi usaha sejenis	Ordinal	27
		Terdapat kesamaan konsep restoran di sekitar lokasi Ramen Aboy	Tingkat kesamaan konsep restoran di sekitar lokasi Ramen Aboy	Ordinal	28

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p>Proses Keputusan Pembelian (Y)</p> <p>Proses keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan</p> <p>M. Anang Firmansyah (2019:205)</p>	<i>Problem Recognition</i> (Pengenalan kebutuhan)	Menariknya pemilihan produk Ramen Aboy	Tingkat menariknya pemilihan produk	Ordinal	29
		Kebutuhan terhadap produk Ramen Aboy	Tingkat kebutuhan terhadap produk	Ordinal	30
	<i>Searching Information</i> (Pencarian informasi)	Kemudahan mencari informasi lokasi	Tingkat kemudahan mencari informasi lokasi	Ordinal	31
		Kemudahan mencari informasi Ramen Aboy	Tingkat kemudahan mencari informasi	Ordinal	32
	<i>Alternative Evaluation</i> (Evaluasi Alternatif)	Banyaknya penyalur produk Ramen Aboy	Tingkat banyaknya penyalur produk Ramen Aboy	Ordinal	33
		Memilih lokasi dekat dengan pemukiman	Tingkat memilih lokasi dekat dengan pemukiman	Ordinal	34
	<i>Buying Decision</i> (Keputusan pembelian)	Ketersediaan waktu pembelian	Tingkat ketersediaan waktu pembelian	Ordinal	35
		Frekuensi pembelian pada Ramen Aboy	Tingkat frekuensi pembelian	Ordinal	36
	<i>Post-purchase Behavior</i> (Perilaku pasca pembelian)	Banyaknya pembelian pada Ramen Aboy	Tingkat pembelian secara rutin di Ramen Aboy	Ordinal	37
		Ketertarikan pembelian pada Ramen Aboy	Tingkat ketertarikan pembelian Ramen Aboy	Ordinal	38

Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2024

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan

data. Untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dan jumlah karakteristik yang dimiliki populasi yang disebut sampel, dan sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Populasi harus mempunyai karakteristik yang sama dan menjadi objek inferensi. Populasi menurut Sugiyono (2021:126) menyatakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi di dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh pengunjung Ramen Aboy. Berikut disajikan data pengunjung Ramen Aboy dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2023 yang peneliti gunakan dalam populasi:

Tabel 3.2
Data Jumlah Pengunjung Ramen Aboy Tahun 2023

No	Bulan	Jumlah Pengunjung (Orang)
1	Januari	1168
2	Februari	1055
3	Maret	1126
4	April	963
5	Mei	1091
6	Juni	1245
7.	Juli	1028
8.	Agustus	987
9.	September	1214
10.	Oktober	894
11	November	885
12.	Desember	840
Jumlah		12.496
Rata-rata		1.041

Sumber: Data Internal Ramen Aboy, 2024

Berdasarkan Tabel 3.2 pada halaman sebelumnya dapat dilihat bahwa pengunjung Ramen Aboy mengalami kenaikan dan penurunan selama tahun 2023. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah pengunjung selama tahun 2023 sebanyak $12496/12 = 1.041,33$ atau 1.041 orang. Jumlah dibagi 12 bulan berdasarkan data yang diperoleh dari Restoran Ramen Aboy.

3.3.2 Sampel

Suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh, untuk itu diperlukan sebagian dari populasi tersebut yang dapat mewakili dari populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2021:127) menyatakan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan karena adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka diambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili)”. Penelitian ini mengambil sampel dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebanyak 10% dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang di tolerir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%).

Jumlah populasi yaitu sebanyak 1.041 orang dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90% sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{1.041}{1+1.041 (0,1)^2} = \frac{1.041}{11,41} = 91,23 \text{ dibulatkan menjadi } 91$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui untuk sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 91,23 responden. Untuk mengoptimalkan hasil penelitian yang lebih baik maka penulis membulatkan menjadi 91 responden yang akan dijadikan ukuran sampel.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik sampling dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2021:128) mengemukakan bahwa “Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*”. Teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah adalah teknik *non probability sampling*.

Teknik *probability sampling* menurut Sugiyono (2021:132) mengemukakan bahwa “*Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”. Sedangkan teknik *non probability sampling* menurut Sugiyono (2021:133) mengemukakan bahwa “*Non probability sampling* adalah teknik

pengambilan sampel yang tidak memberi peluang kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Tujuan peneliti menggunakan *non probability sampling* karena peneliti memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Salah satu teknik *non probability sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah *insidental sampling*. Menurut Sugiyono (2021:133) mengemukakan bahwa “*Insidental sampling* 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”. Berikut dilampirkan Tabel berisi karakteristik responden yang akan digunakan di dalam penelitian ini.

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	
1.	Jenis kelamin	Laki-laki
		Perempuan
2.	Usia	<17 Tahun
		17-22 Tahun
		23-28 Tahun
		29-34 Tahun
		>35 Tahun
3.	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa
		PNS/TNI/POLRI
		Pegawai Swasta
		Wiraswasta
		Lain-lain
4.	Penghasilan rata-rata setiap bulan	<Rp. 1.000.000
		Rp. 1.000.000 - Rp.2.000.000
		Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
		Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000
		>Rp. 4.000.000
5.	Frekuensi berkunjung	<3 Kali
		>3 Kali

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Data karakteristik di atas adalah batasan karakteristik orang yang akan menjadi sampel. Seperti yang disebutkan jika teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling*. Adapun jenis-jenis dari teknik *non probability sampling* yaitu sampling sistematis, sampling kuota, *sampling insidental*, *sampling purposive*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling*. Teknik *non probability sampling* yang dipilih yaitu jenis *sampling insidental*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang ada di dalam pengumpulan data ini didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2021:296) mengemukakan bahwa “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk diteliti lebih lanjut”. Menurut Sugiyono (2021:296) mengemukakan bahwa “Jika dilihat dari sumbernya data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder”. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian di lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Pengamatan (*Observation*)

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada Ramen Aboy. Menurut Sugiyono (2021:298) bahwa “Obser-

vasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti”.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada konsumen maupun pihak Ramen Aboy. Menurut Sugiyono (2021:304) mengemukakan bahwa “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti”.

c. Penyebaran angket (Kuesioner)

Kuesioner akan diberikan kepada konsumen Ramen Aboy. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Menurut Sugiyono (2021:119) yang mengemukakan bahwa “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.” Bentuk kuesioner yang dibuat peneliti adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai kualitas produk, lokasi, dan proses keputusan pembelian.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Studi

kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan data pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan objek. Data sekunder dapat diperoleh melalui beberapa cara yaitu studi kepustakaan, jurnal dan internet. Data-data tersebut sangat penting bagi kelengkapan analisis dari temuan hasil penelitian. Sumber data yang dimaksud adalah buku-buku dari berbagai referensi dan bahan-bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan dengan instrument penelitian menurut Sugiyono (2021:156) mengemukakan bahwa “Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketepatan dan ke-

sesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2021:175) mengemukakan bahwa “Pengujian validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti”. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya.

Peneliti dalam mencari nilai korelasi akan menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi *pearson product moment* dengan rumus menurut Sugiyono (2021:246) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{yx} = Koefisien korelasi *pearson product moment*

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dari distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dari distribusi Y

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi

signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Sugiono (2021:180) menyatakan bahwa syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 ke atas. Maka dari itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi di bawah 0,3 harus di perbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil *output* SPSS pada Tabel dengan judul *item-Total Statistic*. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Menurut Sugiyono (2021:176) menyatakan bahwa “Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas.

Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan-persetujuan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *method Alpha Cronbach (CA)* merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *spearman brown*, sebagai berikut:

1. *Item* dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus:

$$r_{AB} = \frac{n (\sum AB) - (\sum A) (\sum B)}{\sqrt{[(n \sum A^2 - (\sum A)^2) (n \sum B^2 - (\sum B)^2)]}}$$

Keterangan :

r = Koefesien korelasi *product moment*

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut.

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan :

r = Nilai reliabilitas

r_b = Korelasi pearson product moment antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Hal tersebut juga dapat diartikan bahwa suatu alat ukur harus konsisten sehingga untuk mengetahui kekonsistennya dilakukanlah uji reliabilitas ini. Berkenaan hal tersebut keandalan suatu alat ukur dilihat dengan menggunakan pendekatan secara statistika yaitu melalui koefisien reliabilitas, yang dimana dapat dilihat bahwa apabila koefisien reliabilitas dari instrument penelitian lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel atau dengan kata lain disebut konsisten.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data menurut masing-masing variabel responden, memplot data pada setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik

deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis kolerasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2021:207). Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah diapaparkan oleh ahli, peneliti sampai pada pemahaman bahwa analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1) = Kualitas Produk, (X_2) = Lokasi terhadap variabel dependen (Y) = Proses Keputusan Pembelian.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif untuk menganalisa data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel X_1 (Kualitas Produk), variabel X_2 (Lokasi) dan variabel Y (Proses Keputusan Pembelian). Menurut Sugiyono (2021:64) “Analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain”.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2021:146) skala *likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau

sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda. Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pernyataan (item positif hingga item negatif) skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang dipilih oleh responden. Adanya skor ini dapat memberikan masing-masing jawaban pernyataan alternatif. Menurut Sugiyono (2021:147) skor skala *likert* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Alternatif Jawaban Skala *Likert*

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2021:147)

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan- pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner penelitian ini peneliti akan menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), dan pernyataan negatif dengan jawaban kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat tidak setuju memiliki nilai 1 (satu).

Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel *dependent* dan *independent* diatas dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner. Skala *likert* digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Hasil

rekapitulasi jawaban konsumen akan dihitung skor rata-rata nya untuk menghitung skor rata-rata menggunakan statistik non parametrik yaitu *mean*. Peneliti dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus berikut:

$$\frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata-rata}$$

Setelah diketahui skor rata-rata maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden yang akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kriteria jawaban}}$$

Keterangan:

- a. Nilai minimum : 1
- b. Nilai maksimum : 5
- c. Interval : $5 - 1 = 4$

$$\text{Nilai Jenjang Interval} : \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan hasil perhitungan pada halaman sebelumnya dapat diketahui kategori skala Tabel yaitu sebagai berikut

Tabel 3.5
Kategori Skala

No.	Interval	Kategori
1.	1,00-1,80	Sangat Tidak Setuju
2.	1,81-2,60	Tidak Setuju
3.	2,61-3,40	Kurang Setuju
4.	3,41-4,20	Setuju
5.	4,21-5,00	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono (2021:147)

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum sebagai berikut :

Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Kurang Baik	Baik	Sangat Baik
1,00	1,80	2,60	3,40	4,20
				5,00

Sumber: Sugiyono (2021:152)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Penelitian ini menggunakan analisis verifikatif, dimana analisis verifikatif adalah untuk menganalisis pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2021:17) mengemukakan bahwa “Analisis verifikatif adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Analisis verifikatif pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y). Berikut peneliti sajikan beberapa metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.6.2.1 *Method of Succesive Interval* (MSI)

Method of Succesive Interval (MSI) merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan

analisis linier berganda data yang telah diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Succesive Interval*). Banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi pearson, uji t dan lain sebagainya yang mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika hanya mempunyai data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah ke dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Pada halaman berikutnya akan dijelaskan mengenai langkah-langkah dalam menganalisis data dengan menggunakan MSI:

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pernyataan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan Tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai Z.
6. Menentukan nilai skala (*Scale Value / SV*) untuk masing-masing responden dengan rumusan berikut:

$$SV = \frac{(Density\ at\ lower\ limit)-(Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ under\ upper\ limit)-(Area\ under\ lower\ limit)}$$

Keterangan:

SV (Scale Value) : Rata-rata Interval

Density at lower limit : Kepaduan batas bawah

Density at upper limit : Kepaduan batas atas

Area under upper limit : Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit : Daerah dibawah batas bawah

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus sebagai berikut:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1 [SV_{\min}]$$

Pengolahan data yang dilakukan peneliti digunakan selanjutnya adalah dengan menggunakan media komputerisasi untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2021:213) menyatakan bahwa “Analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubah nya nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya”. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel kualitas produk (X_1), lokasi (X_2), dan proses keputusan pembelian (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen apabila variabel dependen tersebut mengalami perubahan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus menurut Sugiyono (2021:213) yaitu pada halaman berikut nya:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Proses Keputusan Pembelian)

α = Bilangan Konstanta

b1 = Koefisien Regresi (Kualitas Produk)

b2 = Koefisien Regresi (Lokasi)

X1 = Variabel bebas (Kualitas Produk)

X2 = Variabel bebas (Lokasi)

e = Tingkat Kesalahan (*Standar Error*)

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel kualitas produk (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap proses keputusan pembelian (Y). Keeratan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah Koefisien Korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan yang disebut dengan koefisien korelasi dengan rumus sebagai berikut.

Keterangan:

$$R = \frac{JK \text{ (regresi)}}{\sum Y^2}$$

R = Koefisien korelasi berganda

JK (regresi) = Jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ sebagai berikut:

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel kualitas produk (X_1), lokasi (X_2) dan variabel proses keputusan pembelian (Y).

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antar variabel negatif

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel, peneliti akan sajikan mengenai taksiran besarnya koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 3.6
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 - 0,199	Sangat Rendah
0,200 - 0,399	Rendah
0,400 - 0,599	Cukup
0,600 - 0,799	Kuat
0,800 - 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2021:248)

3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2021:252) menyatakan bahwa “Hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dan sampel penelitian (statistik)”. Uji hipotesis yang dimaksud dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh kualitas produk, lokasi dan proses keputusan pembelian. Uji hipotesis untuk korelasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis simultan atau uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu kualitas produk dan lokasi sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah proses keputusan pembelian dengan objek penelitiannya yaitu Ramen Aboy. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan *output SPSS*, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi (α) = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%, ditentukan sebagai berikut :

$H_0 : b_1 , b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian.

$H_1 : b_1 , b_2 \neq 0$. Terdapat pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima, berikut merupakan rumus untuk menguji hipotesis:

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

k = Banyaknya variable bebas

n = Jumlah anggota sampel

F = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F Tabel

$(n-k-1)$ = Derajat Kebebasan

Berdasarkan perhitungan terakhir maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut $(n-k-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ (α) = 0,1 maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_1 diterima (signifikan).
2. Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ (α) = 0,1 maka H_0 diterima dan sebaliknya H_1 ditolak (tidak signifikan).

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah saling mempengaruhi atau tidak. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial yang dikemukakan dijabarkan sebagai berikut:

- a. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
 1. $H_0 : b_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian konsumen Ramen Aboy.
 2. $H_a : b_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian konsumen Ramen Aboy.
- b. Pengaruh lokasi terhadap terhadap proses keputusan pembelian
 1. $H_0 : b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap terhadap proses keputusan pembelian konsumen Ramen Aboy.

2. $H_1 : b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap proses keputusan pembelian konsumen Ramen Aboy.

c. Menentukan tingkat signifikansi

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0.1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.

d. Menghitung uji T

Pengujian regresi secara parsial dimaksud apakah variabel bebas berkorelasi nyata atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian regresi secara parsial menggunakan rumus yang ada sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan:

t_{hitung} = Statistik uji korelasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan t_{Tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:

- a. Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_1 ditolak.
- b. Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_1 diterima.

2. Dengan membandingkan t hitung dengan t Tabel:
 - a. Jika t hitung $>$ t Tabel maka H_0 ditolak, sebaliknya H_1 diterima.
 - b. Jika t hitung $<$ t Tabel maka H_0 diterima, sebaliknya H_1 ditolak.

3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (r^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh kualitas produk (X_1), lokasi (X_2) terhadap proses keputusan pembelian (Y). nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase X_1 (Kualitas Produk) dan X_2 (Lokasi) terhadap variabel Y (Proses Keputusan Pembelian) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

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

Dimana:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi product moment

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Adapun koefisien determinasi parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap

variabel terikat secara parsial (terpisah), berikut rumus koefisien determinasi parsial:

$$Kd = \beta \times \text{Zero order}$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

β = Nilai *standardized coefficients*

Zero Order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika Kd mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel dinyatakan lemah.
- b. Jika Kd mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3.7 Rancangan Kuesioner

Menurut Sugiyono (2021:199) menyatakan bahwa “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas produk, lokasi, terhadap proses keputusan pembelian sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel penelitian. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden memilih

kolom yang telah tersedia oleh peneliti seperti adanya terdapat pilihan sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Responden tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti dengan berpedoman pada skala *likert*.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat dalam penelitian ini dilaksanakan di Ramen Aboy yang berlokasi di Jl. Kolonel Masturi No.222, Cipageran, Kecamatan Cimahi Utara, Kota Cimahi. Jawa Barat 40511. Adapun waktu untuk menyelesaikan penelitian ini terhitung mulai dari tanggal 11 Desember 2023 sampai dengan selesai.

Tabel 3.7
Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Desember			Januari			Februari			Maret		Juni			Juli		
		2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	1	2	3	1	3	4
1.	Pengajuan Penelitian																	
2.	Penyebaran kuesioner penelitian pendahuluan																	
3.	Pengumpulan Data																	
4.	Bimbingan SUP																	
No	Jenis Kegiatan	Agustus			September													
		2	3	4	1	2	3	4										
5.	Seminar Usulan Penelitian																	
6.	Penyebaran kuesioner dan pengumpulan data																	
7.	Bimbingan Sidang Akhir																	
8.	Sidang Akhir																	

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024