BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini yaitu kualitas layanan, lokasi dan keputusan pembelian. Sedangkan subjek penelitiannya adalah konsumen Bu Agus Catering.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Bu Agus Catering merupakan salah satu perusahaan catering yang ada di Tasikmalaya, didirikan oleh 2 bersaudara yaitu Ibu Cucu Nurlaela dan Ibu Oneng Kurniasih pada tahun 2003 yang beralamat di Jl. Warung Sumedang No. 27 RT 031/004, Desa Manonjaya, Kabupaten Tasikmalaya. Bu Agus Catering bergerak pada bidang makanan.

Bu Agus Catering sebelumnya merupakan sebuah warung nasi sederhana yang ada di Manonjaya dan pemiliknya adalah Ibu Cucu Nurlaela. Seiring berkembang usaha tersebut kemudian Ibu Oneng Kurniasih ikut andil dan bekerjasama untuk memasarkan makanan buatan mereka ke kantor kecamatan, sekolah dan instansi yang ada disekitar wilayah tersebut. Mereka juga selalu di undang untuk memasak di sebuah pernikahan. Pada awal berdirinya Bu Agus Catering hanya memiliki 9 karyawan, namun seiring dengan berkembang dan bertambahnya konsumen maka bertambah juga jumlah karyawan hingga sampai

sekarang mencapai 70 orang guna untuk memenuhi permintaan dan pelayanan terhadap konsumen.

Nama Bu Agus Catering di ambil dari nama suami dari Ibu Oneng Kurniasih yaitu Almarhum Bapak Agus yang bekerja sebagai salah satu staf di Kecamatan Manonjaya dan pada tanggal 21 Januari 2013 Bu Agus Catering telah resmi menjadi perusahaan perseroan komanditer dengan nama CV. BAC.

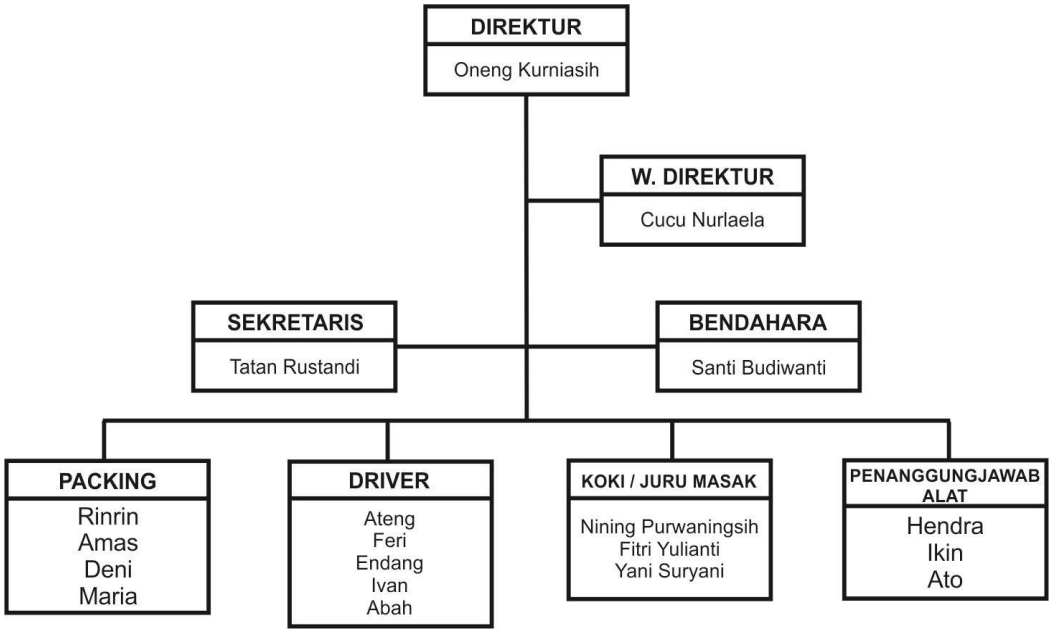
Bu Agus Catering menyediakan berbagai menu paket makanan mulai dari paket snack, paket nasi kotak, jajanan pasar, kue ulang tahun, nasi tumpeng, paket parasmanan untuk pernikahan, syukuran, rapat dan yang lainnya dengan harga yang terjangkau. Tidak hanya menyediakan makanan, Bu Agus Catering juga menyediakan penyewaan alat - alat untuk parasmanan seperti piring, sendok, garpu, meja stand, pemanas dan lain sebagainya

Untuk sekarang nama Bu Agus Catering sudah semakin dikenal oleh banyak orang khususnya untuk daerah Tasikmalaya itu sendiri. Dengan hal ini, maka Bu Agus Catering akan terus memberikan pelayanan yang maksimal untuk konsumennya.

3.1.2 Struktur Organisasi

Dalam menjalankan sebuah perusahaan dibutuhkan kerja sama antara pemimpin dan karyawan. Sehingga untuk mencapai tujuan tersebut harus dibentuk struktur organisasi. Struktur organisasi dapat menunjukan antara tugas, hak, wewenang dan tanggung jawab dari pemimpin dan karyawan.

Adapun struktur organisasi dari Bu Agus Catering dapat dilihat dari gambar berikut:



Gambar 3.1

Struktur Organisasi Bu Agus Catering

Sumber : Bu Agus Catering

3.1.3 Aspek-aspek Kegiatan Perusahaan

Bu Agus Catering menyediakan makanan yang baik, kualitas layanan yang baik serta memiliki harga yang bersaing. Makanan yang disediakan merupakan makanan tradisional khas sunda.

Kegiatan yang dijalankan Bu Agus Catering meliputi :

1. Penyediaan makanan khas sunda.

2. Penjualan makanan khas sunda dalam paket nasi kotak, paket parasmanan dan paket snack.
3. Penyediaan makanan untuk anak sekolah Baiturrahman Tasikmalaya.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah kuisioner, yaitu pernyataan tertulis yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden (Arikunto, 2006:151).

3.2.1 Jenis Data

Jenis pengumpulan data dalam penelitian ini ada dua yaitu

1. Data primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui pengisian kuisioner yang disebarkan secara langsung kepada konsumen tentang Kualitas Layanan dan lokasi terhadap Keputusan Pembelian.

2. Data sekunder

Yaitu data yang dikumpulkan dari pihak lain, dan data tersebut dijadikan sebagai saran untuk kepentingan sendiri. Data sudah tersedia yang kemudian diolah kembali untuk tujuan tertentu. Data ini berupa sejarah dan keadaan perusahaan, artikel, tulisan ilmiah yang dianggap relevan dengan topik penelitian.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Penelitian Lapangan
   a. Kuesioner yaitu pengumpulan data yang diperoleh dengan cara memberikan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti pada karyawan,
   b. Wawancara yaitu kegiatan tanya jawab yang dilakukan pewawancara sebagai penanya dan narasumber sebagai orang yang ditanya.
2. Penelitian Kepustakaan

Yaitu pengumpulan data sekunder sebagai pelengkap dengan meneliti buku-buku yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.2.3 Metode Penarikan Sampel

Metode *sampling* yang digunakan penulis adalah teknik *probability sampling* yaitu:

- Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:80). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bu Agus Catering sebanyak 210 orang.

Pengambilan sampel diambil secara aksidental, artinya teknik pengambilan secara kebetulan bertemu, yaitu siapa saja konsumen Bu Agus Catering kebetulan bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2001:60).

Untuk menentukan sampel yang diambil, penulis berpedoman pada Rumus Slovin Umar (2000) dalam Sani dan Maharani (2013:181) yaitu:

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

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian/batas ketelitian yang diinginkan, misalnya 10%.

Sehingga dengan demikian untuk perhitungan sampel dengan menggunakan batas ketelitian 10% adalah:

$$n = \frac{210}{210.(0{,}1)^2 + 1}$$

$$n = 67{,}74$$

Dari perhitungan diatas diketahui bahwa n = 67,74 sehingga sampel yang akan diambil sejumlah 70 konsumen.

3.2.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu : Variabel bebas (X_1), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel yang tidak bebas. Yang menjadi variabel bebas pertama adalah "Kualitas Layanan". Yang menjadi variabel bebas kedua adalah "Lokasi" (X_2). Variabel tidak bebas (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel tidak bebas adalah "Keputusan Pembelian". Berikut ini adalah tabel operasionalisasi variabel pada penelitian ini:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kualitas Layanan (X_1)	Upaya pemenuhan kebutuhun dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen Bu Agus Catering	1. *Reliability* (keandalan) 2. *Responsiveness* (ketanggapan) 3. *Competence* (kemampuan)	1. Pelayanan yang tepat dan dapat memuaskan konsumen 2. Kesiapan dan daya tanggap yang baik dalam memberikan pelayanan dengan cepat 3. Terampil dalam menyampaikan pelayanan agar sesuai dengan kebutuhan konsumen	O R D I N A L

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		4. *Acces* (mudah diperoleh)	4. Kemudahan untuk dihubungi dan ditemui oleh konsumen	
		5. *Courtesy* (keramahan)	5. Sopan santun, ramah dan perhatian dalam melayani konsumen	
		6. *Communication* (komunikasi)	6. Penyampaian informasi kepada konsumen dalam bahasa yang mudah dipahami	
		7. *Credibility* (dapat dipercaya)	7. Jujur dan dapat dipercaya oleh konsumen	
		8. *Security* (kemanan)	8. Aman dari bahaa dan risiko dalam melayani konsumen	
		9. *Understanding* (memahami pelanggan)	9. Memahami kebutuhan konsumen	
		10. *Tangibles* (bukti nyata yang kasat mata)	10. Penampilan fasilitas, peralatan, peronil dan bahan komunikasi	
Lokasi (X_2)	Tempat berdirinya perusahaan dan menjalankan operasinya	1. Lingkungan masyarakat.	1. Lingkungan yang mendukung	O R D I N A L
		2. Kedekatan dengan pasar	2. Biaya distribusi lebih hemat	
		3. Tenaga kerja	3. Mundah untuk memperoleh tenaga kerja	
		4. Kedekatan dengan bahan mentah dan supplier	4. Mudah memperoleh bahan baku (sayur, buah, telur dan lainnya)	

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		5. Fasilitas dan biaya transportasi 6. Sumber daya – sumber daya alam lainnya	5. Tersedianya fasilitas tranportasi akan lebih hemat biaya 6. Tersedia sumber daya alam yang mendukung (aliran listrik, air, angin, disel dan lainnya).	
Keputusan Pembelian (Y)	Kegiatan konsumen Bu Agus Catering dalam memutuskan untuk membeli atau tidak suatu barang	1. Memilih jenis produk 2. Memilih bentuk produk 3. Memilih merek 4. Memilih penjualnya 5. Memilih jumlah produk 6. Memilih waktu pembelian 7. Memilih cara pembayaran	1. Produk yang beragam. 2. Bentuk produk yang menarik 3. Ketersediaan informasi tentang merek yang di inginkan 4. Dimana produk yang dibutuhkan dapat dibeli. 5. Berapa banyak produk yang akan dibeli. 6. Produk yang mudah didapatkan kapan saja 7. Kemudahan melakukan transaksi	O R D I N A L

Skala *likert* menurut Djaali (2008:28) adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena. Adapun lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2

Nilai, Notasi, dan Predikat Pernyataan

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

(Husein Umar, 2000:135)

Setelah diketahui jumlah nilai keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan interval perinciannya (Sudjana, 2000:79), yaitu sebagai berikut:

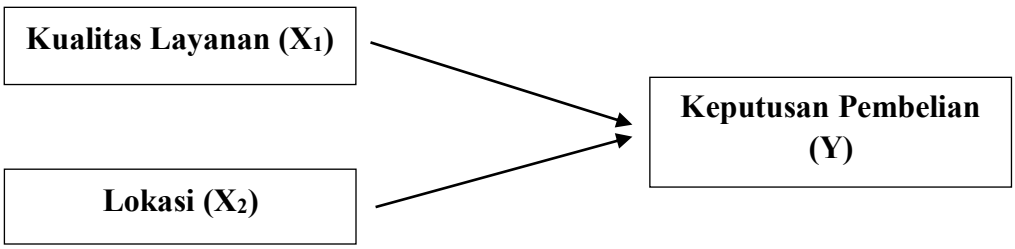
$$\text{NJI} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{Jumlah\ Kriteria\ Pernyataan}$$

Keterangan:

NJI = Nilai Jenjang Interval

3.2.5 Paradigma Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan dapat disajikan dalam bentuk paradigm penelitian sebagai berikut:



Gambar 3.2

Paradigma Penelitian

3.2.6 Pengujian Instrumen

Untuk pengujian instrumen penulis mencoba menggambarkan variabel yang diteliti dengan menggunakan:

1. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Menurut Singarimbun (1987) dalam Sani & Mashuri (2010:249) uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang diukur. Prosedur uji validitas yaitu membandingkan r hitung dengan r tabel yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan (dk = n-2) dengan taraf signifikan α = 5 %

Untuk mempermudah perhitungan, uji validitas akan menggunakan program SPSS for Windows Versi 16

a. Jika r hitung > r tabel, maka pernyataan valid.

b. Jika r hitung < r tabel, maka pernyataan tidak valid

2. Uji Reabilitas Instrumen Penelitian

Reabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih (Singarimbun dan Effendi, 2003:143). Uji reliabilitas bertujuan mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran itu reliable. Dari hasil perhitungan tersebut, maka kaidah keputusannya adalah:

a. Jika r hitung > r tabel, maka pernyataan reliabel.

b. Jika r hitung < r tabel, maka pernyataan gugur (tidak reliabel).

Untuk memperoleh data yang akan dianalisis atas kedua variabel tersebut dalam penelitian ini akan digunakan daftar pernyataan, dari setiap pernyataan yang dimiliki pilihan jawaban responden, bentuk jawaban bernotasi / huruf SS, S, TAP, TS, dan STS dengan penilaian skor 5-4-3-2-1 untuk pernyataan positif dan 1-2-3-4-5 untuk pernyataan negatif. perhitungan uji reliabilitas akan menggunakan program SPSS for Windows Versi 16.

3.2.7 Metode *Succesive Interval*

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan *Metode Successive Interval.* Skala *likert* jenis ordinal hanya menunjukkan rangkingnya saja. Oleh karena itu, variabel 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. Jumlahkan P (proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif (P_{ki}=Op(1-1) +P_i.

d. Proporsi kumulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bisa menemukan nilai Z untuk setiap kategori.

e. Hitung SV (scala value = nilai skala), dengan rumus :

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

Nilai-nilai untuk density diperoleh dari tabel ordinal distribusi normal baku.

f. SV (Skala Value) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1)

Tranformed SV $\rightarrow$ Y = SV + $|SVmin|$

3.2.8 Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Hal ini dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi linier penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi : uji multikolinieritas dengan matrik korelasi antara variabel-variabel bebas, uji heterokedastis dengan menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZFRED) dengan residualnya (SRESID), uji normalitas menggunakan uji kolmogorov smirnov, dan uji autokorelasi melalui uji Durbin Watson (DW test) Suliyanto (2009: 74**)**

a. Uji Normalitas Data

Normalitas data dapat di tentukan dengan melihat histogram atau pola distribusi data normal.Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari nilai residunya.

Proses uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Distribusi data dapat dilihat dengan membandingkan Z_{hitung} dengan Z_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika Z_{hitung} (Kolmogorov Smirnov) < Z_{tabel}, atau nilai sign > (α) 0,05 maka distribusi data dikatakan normal.
- Jika Z hitung (Kolmogorov Smirnov) > Z tabel, atau nilai sign < (α) 0,05 maka distribusi data dikatakan tidak normal.

Uji normalitas data juga dapat dilihat dengan memperlihatkan penyebaran data (titik) pada *P-Plot of Regression Standardizer Residual* variabel independen, dimana :

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagional, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagional, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Model regresi yang baik adalah yang mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel-variabel independen. Metode untuk mendiagnosa adanya multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

- Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.
- Jika nilai *tolerance* < 0,10 dan VIF > 10, maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *Scetterplot* antara nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas, antara lain :

a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan heteroskedastisitas.
b. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik penyebaran diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana yang variabel *dependen* tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri.Maksud korelasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya. Dasar pengambilan keputusan untuk uji autokorelasi :

- Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negative.

3.2.9 Regresi berganda

Untuk mengukur pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen, teknik statistik yang digunakan adalah regresi berganda dengan rumus sebagai berikut :

$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$

(Rambat Lupiyoadi, 2001:199)

Keterangan:

X_1 = Kualitas layanan

X_2 = Lokasi

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel *independent* yang mempunyai nilai tertentu.

Seluruh analisis ini akan menggunakan program SPSS versi 16 dan Microssoft Office Excel 2013. Sehingga dapat diperoleh :

a. Koefisien Korelasi (r)

Yakni suatu nilai koefesien yang dapat menyatakan keeratan hubungan diantara dua variabel pernyataan kuat/erat atau tidak kuat/tidak erat hubungan tersebut akan digunakan tafsiran korelasi menurut tabel r terlampir.

b. Koefisien Determinasi dan Non Determinasi (r2 dan 1- r2**)**

Yakni koefesien determinasi ini digunakan untuk menetapkan berapa besar dalam satuan persen pengaruh perubahan variabel bebas (X) terhadap perubahan variabel terikatnya (Y). Sedangkan variabel koefesien non determinasi digunakan untuk menyatakan pengaruh faktor lainnya selain dari variabel X terhadap variabel Y.

3.3.0 Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui tingkat signifikan secara Simultan pengaruh variabel independen dan dependen digunakan uji F.

Dengan ttingkat keyakinan 95% atau $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan (df)(n-k-1) maka :

Ho : ßj = 0 Berarti tidak ada pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen Bu Agus Catering.

Ha : ßj ≠ 0 Berarti ada pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen Bu Agus Catering.

Untuk mengetahui tingkat signifikan secara parsial apakah masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen digunakan uji T. Kriteria Hipotesis secara Parsial :

Ho1 : ßj = 0 Berarti tidak ada pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Bu Agus Catering.

Ha1 : ßj ≠ 0 Berarti ada pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Bu Agus Catering.

Ho2 : ßj = 0 Berarti tidak ada pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen Bu Agus Catering.

Ha2 : ßj ≠ 0 Berarti ada pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen Bu Agus Catering.

Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini digunakan program SPSS versi 16 dan *Microsoft Office Exel 2013*.