BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif untuk menguji teori yang menjadi dasar penyusunan hipotesis. Menurut Wardani & Purwanto, (2023) penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada data berbentuk angka, di mana analisisnya dilakukan menggunak an teknik statistik untuk mengukur serta menguji fenomena yang diteliti guna memperoleh kesimpulan yang objektif dan terukur.

B. Definisi Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasioanl

Variable	Definisi Operasional	Indikator	Sub Indikator	No Kuesioner
Promosi (X1)	Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya, sebagaimana diterapkan oleh Nasi Mandhi Bosgil Ampel Surabaya dalam memperkenalkan	1. Periklanan 2. Promosi Penjualan 3. Penjualan Perseorangan 4. Penjualan Langsung Kotler & Keller (2016)	1. Kejelasan informasi iklan Daya tarik tampilan iklan 2. Diskon atau potongan harga Penawaran khusus/paket 3. Penjelasan produk oleh karyawan Kemampuan	1 2 3

Variable	Definisi Operasional	Indikator	Sub Indikator	No Kuesioner
	produk serta menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.		meyakinkan konsumen 4. Informasi langsung melalui media sosial/chat Respon cepat terhadap pertanyaan	4
Cultural values (X2)	Nilai budaya (cultural values) adalah nilai-nilai bersama yang dianut oleh kelompok masyarakat tertentu yang membentuk cara hidup, keyakinan, norma, dan perilaku sosial mereka, yang dalam penelitian ini tercermin pada preferensi konsumen terhadap Nasi Mandhi Bosgil Ampel Surabaya	1. Rasa 2. Kebiasaan 3. Nilai Halal 4. Identitas Budaya	1. Kesesuaian rasa dengan selera konsumen Ciri khas rempah Timur Tengah 2. Kebiasaan mengonsumsi makanan etnik Kesesuaian dengan pola konsumsi 3. Keyakinan terhadap kehalalan produk Kepercayaan	5 6 7

Variable	Definisi Operasional	Indikator	Sub Indikator	No Kuesioner
	melalui penerimaan terhadap cita rasa autentik Timur Tengah, kehalalan produk, dan pengalaman kuliner yang sesuai dengan nilai budaya yang mereka anut.		pada bahan dan proses 4. Keaslian makanan Timur Tengah Nuansa budaya dalam penyajian	8
Kualitas Layanan (X3)	Kualitas pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dilakukan secara tepat sehingga mampu memenuhi atau menyamai harapan pelanggan. Dalam konteks penelitian ini, kualitas pelayanan yang	1. Berwujud 2. Keandalan 3. Daya Tanggap 4. Jaminan 5. Empati	1. Kebersihan tempat Penampilan karyawan 2. Ketepatan pelayanan Konsistensi layanan 3. Kecepatan melayani Kesigapan menangani keluhan 4. Kesopanan karyawan Rasa aman saat transaksi 5. Perhatian terhadap	9,10 11 12 13

Variable	Definisi Operasional	Indikator	Sub Indikator	No Kuesioner
	diberikan oleh Nasi Mandhi Bosgil Ampel Surabaya mencakup keramahan karyawan, kecepatan penyajian, kebersihan tempat makan, serta ketanggapan dalam melayani konsumen sehingga dapat memberikan pengalaman yang memuaskan dan mendorong keputusan pembelian.		konsumen Keramahan pelayanan	14
Keputuasn Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang dipengaruhi oleh banyak faktor, yang kemudian membentuk sikap konsumen untuk	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Penyalur 4. Waktu pembelian	1. Keyakinan memilih produk Kesesuaian dengan kebutuhan 2. Kepercayaan terhadap merek Bosgil	15 16

Variable	Definisi Operasional	Indikator	Sub Indikator	No Kuesioner
	mengolah informasi sebelum akhirnya memberikan respons berupa pilihan terhadap produk yang akan dibeli. Dalam konteks penelitian ini, keputusan pembelian konsumen terhadap Nasi Mandhi Bosgil Ampel Surabaya dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti promosi, nilai budaya (cultural values), dan kualitas pelayanan yang menjadi pertimbangan sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.	5. Metode Pembayaran Kotler & Keller (2016)	Preferensi merek 3. Kemudahan akses pembelian Ketersediaan produk 4. Ketepatan waktu membeli Frekuensi pembelian 5. Kemudahan pembayaran Variasi metode pembayaran	17 18,19 20

C. Populasi dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan orang atau benda yang dijadikan objek penelitian Fatihudin, (2020) Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen Nasi Mandhi Bosgil Surabaya yang mempertimbangkan keputusan dalam Pembelian. Sampel merupakan bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi, yang dipilih secara representatif agar kesimpulan yang diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan untuk populasi Sugiyono, (2013)

2. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel adalah metode yang digunakan untuk menentukan sebagian dari populasi yang akan dijadikan sebagai responden dalam penelitian, dengan tujuan agar sampel tersebut mampu mewakili karakteristik dari populasi secara keseluruhan Sugiyono, (2013) Penelitian ini menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan *teknik Purposive Sampling.* Menurut Sugiyono, (2013) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pernah membeli Nasi Mandhi Bosgil
b. Berusia lebih dari 18 tahun, yang dianggap telah memiliki kemampuan dalam mengambil keputusan pembelian secara mandiri.

Ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Hair et al. (2019) Rumus ini digunakan ketika ukuran populasi tidak diketahui secara pasti, dengan ketentuan bahwa jumlah sampel yang digunakan adalah 5 kali jumlah indikator variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini terdapat 20 indikator variabel, sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah:

$$n \times 5 = 20 \times 5 = 100$$

Keterangan:

n = jumlah indikator yang digunakan (20 indikator)

5 = kelipatan yang disarankan sebagai ukuran sampel minimum per indikator

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden, yang dianggap representatif.

D. Objek dan Waktu Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Nasi Mandhi Bosgil Ampel Surabaya (Jl. KH Mas Mansyur No.144, Ampel, Kec. Semampir, Surabaya, Jawa Timur 60162) yang pernah melakukan pembelian dan memiliki potensi dalam mengambil keputusan pembelian.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada periode Desember 2025 hingga Mei 2026

E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah prosedur yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah penyebaran kuesioner melalui formulir daring menggunakan Google Form. Responden diminta untuk memberikan tanda pada pilihan jawaban yang telah disediakan sesuai dengan pendapat mereka.

Kuesioner terdiri dari dua bagian utama. Bagian pertama memuat identitas responden yang meliputi nama, usia, dan alamat. Setelah melengkapi data diri, responden melanjutkan dengan mengisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian, yaitu Promosi, *Cultural values*, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Nasi Mandhi Bosghil Surabaya.

Dalam penelitian ini, skala yang digunakan untuk mengukur setiap indikator adalah skala Likert. Skala Likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, maupun persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena (Sugiyono, 2013) Setiap indikator diukur menggunakan empat tingkat preferensi, dengan masing-masing tingkatan memiliki rentang nilai dari 1 hingga 4, yang dirinci sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

PILIHAN JAWABAN	SKOR
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber (Sugiyono, 2013)

Penelitian ini tidak menggunakan skala netral atau kategori tengah untuk mengurangi kemungkinan responden memilih sikap netral yang dapat menyebabkan bias dalam hasil penelitian. Penggunaan skala dengan atau tanpa kategori netral tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan terhadap reliabilitas pengukuran maupun validitas butir, sehingga keandalan instrumen tetap terjaga. Perbedaan yang muncul hanya terlihat pada variasi skor yang dihasilkan menurut Ningtiyas et al., (2021)

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data primer melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang berdomisili atau beraktivitas di wilayah Surabaya dan pernah membeli Nasi Mandhi Bosgil. Menurut Fatihudin (2020) data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari objek penelitian. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai literatur seperti buku, artikel, serta sumber informasi dari situs web resmi yang relevan dengan topik penelitian. data sekunder merupakan data yang dikumpulkan secara tidak langsung oleh peneliti, melainkan melalui sumber lain menurut Fatihudin, (2020).

F. Teknik Analisis Data

1. Ujin Instrumen

a. Uji Validitas

Digunakan untuk megukur sah atau tidak sahnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan sah apabila pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner

tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor total yang diperoleh. Skor total merupakan penjumlahan seluruh item pada suatu variabel. Jika skor yang didapat bernilai positif dan nilai *R*hitung> *R*tabel maka item dalam kuesioner tersebut dikatakan valid, namun apabila nilai $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka item dalam kuesioner tersebut dikatakan tidak valid menurut Priyanto, (2014)

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sujarweni, (2018) reliabilitas merupakan suatu cara untuk menilai apakah hasil pengukuran bersifat konsisten atau tidak. Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang telah terbukti valid. Reliabilitas (keandalan) mengacu pada tingkat stabilitas dan konsistensi jawaban responden terhadap pertanyaan yang mewakili indikator suatu variabel. Dalam penelitian ini, digunakan metode Cronbach's Alpha yang merupakan teknik paling umum untuk mengukur indeks reliabilitas. Adapun kriteria penilaian reliabilitas melalui koefisien Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut:

1) Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka item dinyatakan reliabel.
2) Jika nilai Cronbach's Alpha < 0,60 maka item dinyatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan agar bisa menguji apakah data yang dipakai untuk menguji hipotesis yaitu data variabel dependen dan independent yang digunakan telah berdistribusi

normal atau tidak, menurut Ghozali, (2018). dalam penelitian ini meggunakan uji Kolmogrov-Smirnov agar dapat diketahui apakah data penelitian ini memiliki distribusi normal atau tidak Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang erdistribusi normal. Kriteria uji normalitas adalah jika probabilitas signifikan > 0,05 maka data berdistribusi normal, jika kurang dari < 0,05 maka tidak berdistribusi normal.

b. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independent menurut Ghozali, (2018) Untuk bisa mengetahui masing masing variable berhubungan secaralinier atau berkolerasi yang dapat di ketahui dengan menghitung nilai VIF dan Tolerance dari masing-masing variabel bebas.

i. Apabila nilai VIF>10 dan nilai Tolerance <0,1 maka data dapat dikatakan mengandung Multikolinearitas
ii. Apabila nilai VIF <10 dan nilai Tolerance >0,1, maka dapat dikatakan tidak mengandung Multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji regresi yang terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka terjadi homokedastisitas dan jika

varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka terjadi heteroskedastisitas. Untuk bisa mengetahui apakah apakah data mengandung heteroskedastisitas atau tidak, maka dapat diasumsikan bahwa apabila hasil uji glister ditemukan bahwa nilai siginifikansi dari variabel independent terhadap nilai absolut residual > taraf signifikan yang ditentukan (0,05), maka data dapat dikatakan mengandung heteroskedasititas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda di gunakan untuk menguji pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat menurut Ghozali, (2018). analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variable dependen. Menurut Priyanto, (2014) Tujuan analisis regresi berganda adalah untuk mengukur intensitas hubungan dua variabel atau lebih. Analisis regresi liniear berganda biasanya digunakan untuk memprediksi besarnya nilai Y berdasarkan nilai X tertentu. Analisis regresi berganda bisa digunakan untuk melakukan pengujian kebenaran hipotesis yang sudah dibuat. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan spesifikasi model sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + e}$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β1-3 = Koefisien regresi variabel bebas

X1 = Variabel Promosi

X2 = Variabel *Cultural values*

X3 = Variabel Kualitas Layanan

e = *Error*

4. Uji Hipotesis

1) Uji t (Parsial)

Uji ini digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t table. Jika t hitung > t table maka dapat dikatakan terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

2) Uji f (Simultan)

Uji ini digunakan untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh variabel yang secara bersamaan terhadap variabel terikat. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka Ha diterima atau secara bersamaan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dan sebaliknya. Jika nilai signifikan > 0,05 maka H0 diterima dan jika nilai signifikan < 0,05 maka H0 ditolak.

3) Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat diartikan variabel digunakan untuk mengetahui persentase variabel bebas secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi (R^2) = 1, artinya variabel bebas memberikan informasi yang dibutuhkan untuk

memprediksi variabel-variabel terikat. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel bebas tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat.