

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan adalah metode penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Asosiasiatif adalah rancangan penelitian yang tujuannya untuk mengetahui hubungan (pengaruh) antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019:292). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di PT Mutu Utama Panganindo. Variabel tersebut dikembangkan menjadi pernyataan dalam kuesioner dengan skala Likert dan data dievaluasi oleh program statistik.

Metode kuantitatif merupakan metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme untuk mempelajari populasi atau sampel, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis data bersifat statistik, agar bertujuan untuk mendeskripsikan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019:293). Menurut Sugiyono (2019:294) penelitian kuantitatif dilakukan terhadap sampel yang dapat dipilih secara acak untuk menarik kesimpulan dari penelitian populasi.

3.2 Populasi dan Sample

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah yang terdiri dari subjek atau objek dengan jumlah dan fitur yang telah diputuskan untuk ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:126). Populasi penelitian ini yaitu semua pelanggan PT. Mutu Utama Panganindo.

3.2.2 Sample Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi (Sugiyono, 2019:127). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non-probability dengan teknik purposive sampling. Sugiyono (2019:133) mengatakan bahwa teknik purposive sampling merupakan teknik pengambilan

sampel dengan pertimbangan tertentu. Sugiyono (2019:143) menyatakan bahwa dalam penentuan ukuran sampel yang sesuai untuk penelitian adalah 30 sampai dengan 500. Jika penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel sekurang-kurangnya sepuluh kali jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian percobaan sederhana, jumlah anggota sampel adalah 10 sampai dengan 20.

Bila analisis yang digunakan multivariate dengan korelasi atau regresi berganda, jumlah anggota sampel diambil 20 kali jumlah variabel yang diteliti (Sugiyono, 2019:143). Dalam penelitian ini memiliki 4 variabel (independen + dependen), sehingga jumlah anggota sampel = 20×4 variabel = 80. Dari hasil pertimbangan tersebut, maka jumlah responden yang digunakan adalah 80. Oleh karena itu, sampel dalam penelitian ini adalah 80 responden pelanggan PT Mutu Utama Panganindo.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2019:194) Data primer adalah sumber data yang menyampaikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah melalui penggunaan kuesioner. Menurut Sugiyono (2019:199), kuesioner adalah teknik pengumpulan data di mana responden diminta serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab responden. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian yaitu konsumen PT Mutu Utama Panganindo.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber yang ada. Sumber informasi sekunder dalam penelitian ini adalah literatur, buku, jurnal

dan artikel sebelumnya, serta informasi dari laporan perusahaan yang berkaitan dengan peneliti di PT Mutu Utama Panganindo.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan adalah data langsung (primer), yaitu seluruh pelanggan PT Mutu Utama Panganindo. Oleh sebab itu, peneliti melakukan kuesioner untuk mengumpulkan data. Survei penelitian disebar secara online melalui media sosial dengan melakukan metode kuesioner dalam tautan Google Forms. Untuk lebih mudah menanggapi pertanyaan dalam kuesioner, maka pernyataan disusun menurut variabel dan indikator.

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang ditanggapi dengan mengajukan beberapa pernyataan kepada responden atau penjelasan tertulis. Dalam memudahkan responden dalam menanggapi pertanyaan dalam kuesioner, maka pertanyaan yang digunakan disusun menurut variabel dan indikator (Sugiyono, 2019:199). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala Likert. Menurut Sugiyono (2019:146) skala Likert adalah skala pengukuran yang dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial.

Tabel 3.1 Skala *Likert*

No	Alternatif Jawaban	Singkatan	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : (Sugiyono, 2019)

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019:68) Variabel penelitian adalah segala sesuatu dalam beberapa bentuk yang ditentukan untuk dipelajari dengan cara yang

memberikan informasi yang kemudian ditarik kesimpulan. Penelitian ini mencakup dua variabel yaitu variabel independent (bebas) yaitu harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan kualitas produk (X_3) sedangkan variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan pelanggan (Y).

a. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2019:69) variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi perubahan atau terciptanya variabel dependen (terikat).

b. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2019:69) variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel independen (variabel bebas).

Table 3.2 Operasional Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item	Kode
Harga (X_1) (Kotler dan Armstrong, 2016 : 278)	Keterjangkauan Harga	Harga bervariasi sesuai dengan kualitas produk	1	H1
		Harga barang yang ditawarkan terjangkau dengan daya beli konsumen	2	H2
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan	3	H3
		Harga barang yang ditawarkan layak dengan kualitas produk	4	H4
	Harga sesuai dengan Kemampuan atau Daya Saing	Setiap pembelian produk mendapatkan potongan harga/diskon	5	H5
		Harga yang dapat bersaing dengan produk lain	6	H6

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item	Kode
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga barang sesuai dengan kualitas produk	7	H7
Kualitas Pelayanan (X ₂) (Kotler dalam Tjiptono, 2016:284)	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Melakukan informasi secara akurat dan terpercaya	8	KPL8
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Mudah dihubungi pada saat menanggapi keluhan konsumen	9	KPL9
		Cepat tanggap dalam melayani pesanan konsumen	10	KPL10
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Keamanan dan kemudahan saat bertransaksi	11	KPL11
		Karyawan menangani masalah konsumen dengan baik	12	KPL12
	Empati (<i>Empathy</i>)	Karyawan segera melayani pada saat berkunjung	13	KPL13
		Perhatian dan kepedulian terhadap konsumen	14	KPL14
	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Perlengkapan dan fasilitas perusahaan memadai dan bersih	15	KPL15
		Ruang produksi bersih dan higienis	16	KPL16
	Kualitas	Kinerja	Memiliki mutu yang	17

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item	Kode
Produk (X3) (Tjiptono, 2016:134)	<i>(Performance)</i>	baik		
		Memberikan informasi tentang produk yang ingin dibeli	18	KPR18
	Fitur (<i>Feature</i>)	Pelanggan dapat merasakan fitur yang tersedia	19	KPR19
	Kehandalan (<i>Reliabilitas</i>)	Produk yang ditawarkan membuat konsumen percaya dengan kualitasnya	20	KPR20
	Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Confermance to Specifications</i>)	Produk sesuai dengan spesifikasi konsumen	21	KPR21
	Kemampuan pelayanan (<i>Serviceability</i>)	Cepat menangani produk yang rusak atau tidak sesuai	22	KPR22
		Memberikan pelayanan yang tepat dan cepat	23	KPR23
	Daya Tahan (<i>Durability</i>)	Tidak mudah rusak	24	KPR24
		Berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.	25	KPR25
	Estetika (<i>Esthetics</i>)	Memiliki daya tarik atau kesan yang baik dikalangan masyarakat	26	KPR26

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item	Kode
	Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>)	Dikemas dalam suatu kemasan yang berlabel dengan identitas yang jelas dan sebagai jaminan kualitas produk	27	KPR27
Kepuasan Pelanggan (Y) (Tjiptono dan Chandra, 2016:219)	Sistem Keluhan dan Saran	Menyediakan akses guna menyampaikan kritik	28	KP28
		Memberikan kesempatan dalam menyampaikan saran	29	KP29
	<i>Ghost/Mystery Shopping</i>	Berperan berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan	30	KP30
	<i>Lost Customer Analysis</i>	Memahami pelanggan yang telah beralih pemasok	31	KP31
		Menghubungi kembali pelanggan yang telah berhenti.	32	KP32
	Survei Kepuasan Pelanggan	Memberikan pelayanan terbaik dan nyaman dengan melakukan survei	33	KP33

3.5 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018:232) teknik analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data terkumpul dari responden. Kegiatan tersebut meliputi

pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data berdasarkan variabel, penyajian data pada setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan menguji hipotesis yang disajikan. Penelitian ini dalam pengolahan dan penyajian data menggunakan software *SmartPLS 4.0*.

3.5.1 Analisis Partial Least Square (PLS)

Partial Least Squares (PLS) yaitu teknik statistik multivariat yang dipakai untuk membandingkan antara variabel eksogen dan endogen (Abdillah dan Hartono, 2015:161). Tujuan PLS yaitu untuk memprediksi pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dan menjelaskan hubungan (pengaruh) teoritis antara kedua variabel tersebut.

Menganalisis model pengukuran PLS yang digunakan metode analisis komponen utama yaitu blok pemisahan varian yang digunakan untuk melihat hubungan antara indikator dengan konstruk latennya dengan menghitung total varian yang terdiri dari common variance (varian umum) dan error variance (varian error) sehingga varian total menjadi besar. Terdapat tiga fase dalam analisis PLS yaitu fase model pengukuran (outer model), fase model struktural (inner model) dan fase pengujian hipotesis (Abdillah dan Hartono, 2015:171).

3.5.1.1 Model Pengukuran (Outer Model)

Menurut Ghazali & Latan (2020:67) model pengukuran (outer model) yang dibuat untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Outer model yang dilengkapi dengan indikator reflektif dievaluasi menggunakan validitas konvergen dan diskriminan dari indikator yang membentuk konstruk laten dan composite reliable serta alfa Cronbach dari blok indikator. Outer model yang dilengkapi dalam indikator model formatif untuk dievaluasi, yaitu membandingkan bobot relatif (relative weight) dan memeriksa pentingnya indikator konstruk. Pengujian yang dilakukan pada model outdoor adalah:

1. Pengukuran Model Reflektif

Pengukuran reflektif dievaluasi berdasarkan validitas dan reliabilitas. Validitas yang digunakan, yaitu:

- a) Validitas konvergen (Convergent Validity), Uji validitas konvergen dilihat dari nilai loading factor setiap indikator konstruk. Nilai loading factor harus $> 0,70$ pada studi confirmatory, tetapi pada studi eksplorasi nilai loading factor antara $0,60 - 0,70$ masih dapat diterima dan dalam penelitian $> 0,50$ harus dimasukkan nilai average variance extracted (AVE). (Ghozali & Latan, 2020:68).
- b) Validity Diskriminan (Discriminant Validity), masing-masing variabel yang harus $> 0,70$ untuk uji validitas dari nilai cross-loading (Ghozali & Latan, 2020:68).

Untuk reliabilitas dapat menggunakan:

- a) Cronbach alpha, nilai Cronbach alpha harus $> 0,70$ dalam studi confirmatory, masih dapat diterima dalam studi exploratory jika nilai $> 0,60$ (Ghozali & Latan, 2020:71).
- b) Composite Reliability, skor composite reliability harus $> 0,70$ dalam studi confirmatory dan masih dapat diterima dalam studi exploratory jika nilai $0,60 - 0,70$ (Ghozali & Latan, 2020:70-71).

2. Pengukuran Model Formatif

Untuk mengukur model formatif, signifikansi bobot yang dipertimbangkan untuk memperoleh signifikansi bobot (weight) untuk mendapatkan penyampelan berulang (resampling). Nilai variance inflation factor (VIF) dan lawannya Tolerance dalam menggunakan uji multikolinearitas (Ghozali & Latan, 2020:71).

a) Signifikansi Weight

Jika signifikansi = 10% berarti nilai signifikansi weight $> 1,69$, jika signifikansi = 5% berarti nilai signifikansi weight $> 1,96$, dan jika signifikansi = 1% maka bobot signifikansi $> 2,58$ (Ghozali & Latan, 2020:71-72).

b) Multikolinearitas

Nilai Tolerance $> 0,10$ atau $> 0,20$ VIF yang diharapkan < 10 atau < 5 (Ghozali & Latan, 2020:71-72).

3.5.1.2 Model Struktural (Inner Model)

Untuk memprediksi hubungan antar variabel laten yaitu model yang digunakan dengan model struktural atau inner model. Inner model dievaluasi untuk memeriksa berapa persentase varian yang dijabarkan dengan memeriksa nilai R-squared dari konstruk laten endogen, uji signifikansi prediktif, dan average variance extracted dengan memakai teknik resampling (jackknifing dan bootstrap) dalam mendapatkan estimasi yang stabil (Ghozali & Latan, 2020:67). Dapat dilihat beberapa indikator dalam menggunakan pengukuran model struktural, antara lain:

1. Koefisien determinasi atau R-square (R^2)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Nilai R-squared adalah 0,75 = kuat, 0,50 = sedang dan 0,25 = lemah (Ghozali & Latan, 2020:73).

2. Penilaian Goodness of fit (GoF)

Uji goodness of fit model PLS dilihat dari perspektif nilai SRMR model. Model PLS dinyatakan telah memenuhi kriteria goodness of fit model jika nilai SRMR $< 0,10$ dan model dinyatakan perfect fit jika nilai SRMR $< 0,08$ (Ghozali & Latan, 2020:78).

3.5.1.3 Pengujian Hipotesis

Langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis yang digunakan untuk memperjelas arah hubungan antara variabel endogen dan eksogen. Untuk melakukan pengujian hipotesis dengan melihat nilai probabilitas dan statistik. Untuk nilai probabilitas dan p-value dengan alpha 5% adalah $< 0,05$. Nilai t- tabel untuk alpha 5% adalah 1,96.. Untuk menolak atau menerima suatu hipotesis dengan menggunakan probabilitas, jika p-value $< 0,05$ maka H_a diterima.

Secara statistik dapat dihitung dari tingkat signifikansinya jika hipotesis dapat diterima atau harus ditolak. Dalam penelitian ini tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%. Dalam studi ini, ada 95 persen kemungkinan mengambil keputusan yang tepat. Jika tingkat signifikansi yang dipilih adalah 5% maka tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan adalah 0,05 untuk menolak hipotesis (Ghozali & Latan, 2020:79).

Untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen menggunakan pengujian secara parsial. Dalam pengujian pengaruh parsial, hipotesis yang diajukan pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh harga (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Menentukan H_{10} dan H_{1a} :

H_{10} : $\beta = 0$ secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan.

H_{1a} : $\beta \neq 0$ secara parsial terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Kriteria:

- a. H_0 ditolak atau H_a diterima, jika signifikansi $< 0,05$.
- b. H_0 diterima atau H_a ditolak, jika signifikansi $> 0,05$.

2. Pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Menentukan H_{20} dan H_{2a} :

H_{20} : $\beta = 0$ secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

H_{2a} : $\beta \neq 0$ secara parsial terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Kriteria:

- a. H_0 ditolak atau H_a diterima, jika signifikansi $< 0,05$.
- b. H_0 diterima atau H_a ditolak, jika signifikansi $> 0,05$.

3. Pengaruh kualitas produk (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Menentukan H_{30} dan H_{3a} :

H_{30} : $\beta = 0$ secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

H_{3a} : $\beta \neq 0$ secara parsial terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Kriteria:

- a. H_0 ditolak atau H_a diterima, jika signifikansi $< 0,05$.
- b. H_0 diterima atau H_a ditolak, jika signifikansi $> 0,05$.