

## **BAB III**

### **PROSEDUR PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di KFC Cabang Sunter Mall yang terletak di Jalan Danau Sunter Utara, Tanjung Priok, Jakarta Utara. Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan, mulai pada bulan September sampai dengan Desember 2014.

#### **3.2 Strategi dan Metoda Penelitian**

##### **3.2.1 Strategi penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian (harga produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan). Penelitian ini menggunakan desain penelitian dimana jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dan kausal. Menurut Maholtra (2009) desain kausal adalah penelitian yang meneliti adanya hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel. Penelitian kausal dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta atau pengaruh dari masing-masing variabel. Sedangkan desain deskriptif adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan bagaimana variabel independen yaitu variabel harga produk, kualitas produk, dan kualitas pelayanan dan juga variabel dependen yaitu variabel kepuasan konsumen.

### **3.2.2 Metoda penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian adalah metode survei yaitu pengumpulan data dan analisis data berupa opini dan variabel-variabel yang diteliti melalui kuesioner. Angket ( kuesioner ) yang digunakan bersifat tertutup, maksudnya telah disediakan sejumlah pilihan jawaban yang ditentukan nilainya dengan skala *Likert*.

### **3.3. Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.3.1. Populasi penelitian**

Populasi adalah kumpulan obyek yang ingin diketahui sifat, jenis dan karakteristiknya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen KFC Cabang Sunter Mall Jakarta Utara sejauh perusahaan tersebut berdiri.

#### **3.3.2. Sampel penelitian**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* artinya responden (subjek) dipilih secara sengaja dengan karakteristik tertentu yang diyakini representatif terhadap populasi penelitian.

Pertimbangan konsumen yang mengisi kuesioner yaitu :

- a. Minimal 3 kali dalam 1 bulan membeli di restoran tersebut.
- b. Usia minimal 15 tahun
- c. Pembelian produk minimal 5 ribu rupiah

Adapun sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak konsumen yang dilakukan dengan cara *Purposive Sampling*, dengan menggunakan rumus *Slovin* yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots(3.1.)$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah Sampel

$N$  = Jumlah Populasi

$e$  = Taraf Kesalahan = 10%

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$n = \frac{1430 \text{ konsumen}}{1 + 1430(0,10)^2}$$

$$n = 93,46 = 100 \text{ orang (dibulatkan)}$$

### 3.4 Unit-unit Analisis Penelitian

Unit analisis penelitian ini adalah konsumen restoran KFC Sunter Mall sebagai unit analisis dalam penelitian, karena dapat memberikan tanggapan atau respon tentang variabel yang diteliti.

### 3.5 Metoda Pengumpulan Data

Guna mendapatkan keakuratan dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dan informasi dari kepala divisi maupun pelanggan di KFC. Data yang digunakan adalah data primer.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Riset Pustaka

Riset pustaka yaitu berdasarkan buku yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas untuk mendapatkan teori dari definisi yang akan dipergunakan dalam penelitian ini.

2. Riset Lapangan

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian yaitu KFC, melalui cara-cara sebagai berikut :

- a. Observasi, yaitu pengumpulan data dengan metode ini dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap objek penelitian yang menjadi sumber data.
- b. Kuesioner, yaitu dengan cara memberi seperangkat pertanyaan yang ditujukan kepada 100 orang konsumen KFC.

### **3.6. Instrumen Pengumpulan Data**

Dalam instrumen penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data berupa kuesioner yang meliputi ( $X_1$ ) harga produk, ( $X_2$ ) kualitas produk, ( $X_3$ ) kualitas pelayanan dan ( $Y$ ) kepuasan konsumen di KFC Cabang Sunter Mall. Instrumen penelitian ini diukur dengan skala *Likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu.

Variabel yang diukur dijabarkan kedalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan dalam sebuah kuesioner.

Menurut Sugiyono (2005), setiap jawaban responden akan diberi skor dan jumlah skor menunjukkan positif atau negatif, seperti dalam tabel berikut ini. (*Lampiran 1*)

Indikator-indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner dapat dilihat pada tabel :

**Tabel 3.1. Nilai Pernyataan dan Bobot**

No	Pertanyaan	Kode	Bobot Nilai
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 : Sugiono, Metode Penelitian Bisnis (2005)*

Angka 1 menunjukkan bahwa responden tidak mendukung terhadap pernyataan yang diberikan. Sedangkan angka 5 menunjukkan bahwa responden mendukung terhadap pernyataan yang diberikan.

Adapun sistematika kuesioner atau angket disusun melalui kisi-kisi sebagai berikut :

**Tabel 3.2. Indikator Variabel Harga Produk, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen**

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No. Item Instrumen
Harga Produk (X <sub>1</sub> )	Keunikan produk	Ukuran ayam KFC yang besar	1
	Perbandingan harga dengan produk yang sejenis	Perbandingan harga produk dengan pesaing	2
	Kualitas produk	Harga sesuai dengan kualitas produk	3
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	Kinerja ( <i>Performance</i> )	Produk-produk KFC membuat konsumen merasa kenyang	4
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen	5
	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	Produk yang ditawarkan dapat dipercaya konsumen (higienis, tingkat kematangan)	6,7
	Estetika ( <i>Aesthetics</i> )	Produk dikemas dengan higienis	8
		Penyajian produk ditata dengan baik	9
Fitur ( <i>Features</i> )	Karakteristik (warna, cita rasa) produk	10,11	
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	Kehandalan ( <i>Realibility</i> )	Layanan yang profesional	12
		Dapat menangani masalah	13
		Ketepatan waktu pelayanan	14
	Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Kesiapan dan kecepatan karyawan	15,16
		Kesediaan membantu konsumen	17
		Tanggap terhadap keluhan	18
	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Kebersihan	19
		Keramahan	20,21
		Keamanan	22
		Pengetahuan tentang produk	23
	Empati ( <i>Empathy</i> )	Memahami keinginan konsumen	24
		Jam operasional	25
	Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )	Fasilitas fisik (wastafel, toilet, tuang tunggu, dan tempat makan) bersih dan nyaman	26,27,28,29
Penampilan karyawan rapi dan sopan		30	
Kepuasan Konsumen (Y)	Faktor emosi	Konsumen puas dengan produk-produk yang ada di KFC	31,32
		Pembelian ulang	33
	Kemudahan	Outlat KFC tersebar diberbagai wilayah	34
		Produk selalu tersedia	35
		Kemudahan dalam mengadakan acara anak (ulang tahun)	36
	Biaya	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan	37

Sumber : Kotler (2002), Fandy Tjiptono (2007), Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd (2005), Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2009), Irawan (2004)

### 3.7 Metode Analisis Data

Langkah-langkah analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### a. Uji validitas instrumen atau kesalahan

Untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap pernyataan instrumen penelitian, maka perlu dilakukan uji validitas per butir. Pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan antara setiap skor butir dengan skor total. Pengolahan data uji validitas dibantu dengan program SPSS versi 22.0. Korelasi yang digunakan adalah *Spearman*.

Untuk mengukur tingkat ke-validan atas pernyataan instrumennya yaitu dengan cara membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pernyataan dianggap tidak valid, sebaliknya bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dianggap pernyataan tersebut adalah valid.

Setelah membuat instrumen penelitian berdasarkan aspek-aspek yang diukur, selanjutnya instrumen penelitian disebarkan kepada responden sebagai sampel penelitian. Data yang diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan menggunakan metode *Construct Validity* menggunakan korelasi sederhana. Selanjutnya instrumen tersebut diuji cobakan kepada sampel penelitian yaitu 100 orang konsumen KFC Cabang Sunter Mall, Instrumen pertanyaan dikatakan valid apabila mempunyai hasil korelasi yang besarnya lebih dari 0,30.

#### b. Uji reliabilitas instrumen atau keandalan

Menurut Priyatno (2010) uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

Dalam pengujian reliabilitas ini penelitian mengandalkan pengolahan data dengan SPSS. Ukuran yang akan dipakai adalah *Alpha Cronbach*. Hasil pengolahan data dengan SPSS yang menghasilkan nilai *Alpha Cronbach* per variabel akan dibandingkan dengan  $r_{tabel}$ . Bila nilai  $r_{tabel} >$  nilai *Alpha Cronbach* maka instrumen pernyataan dalam kuesioner dianggap reliabel. Sedangkan tingkat signifikansinya adalah diatas 0,60.

### **3.7.1 Pengolahan data**

Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan komputer dengan program aplikasi yaitu :

1. Microsoft Office, yaitu Microsoft Word dan Microsoft Excel
2. SPSS Versi 22.0

### **3.7.2. Penyajian data**

Data yang telah diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga lebih sistematis.

## **3.8. Analisis Statistik Data**

Metode analisis statistik data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien korelasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis.



Analisis koefisien korelasi nilai koefisien korelasi berkisar dari  $-1$  sampai

1. Interpretasi bagi nilai koefisien korelasi ( $r$ ) tertentu adalah :

**Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisioner</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

*Sumber : Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (2007)*

Dengan demikian, jika nilai  $r$  mendekati 0 maka hubungan ketiga variabel semakin lemah sebaliknya, jika nilai  $r$  semakin jauh dari 0 berarti hubungan ketiga variabel semakin kuat.

### **3.8.1 Analisis korelasi parsial**

Analisis korelasi parsial (*Parsial Correlation*) digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dimana variabel lainnya yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat konstan. Nilai korelasi ( $r$ ) berkisar antara 1 sampai  $-1$ , nilai semakin mendekati 1 atau  $-1$  berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah ( $X$  naik maka  $Y$  naik) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik ( $X$  naik maka  $Y$  turun). Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Untuk mengukur tingkat korelasi parsial peneliti dibantu dengan program SPSS versi 22.0.

Analisis koefisien korelasi parsial merupakan alat analisis yang dapat digunakan apabila dalam suatu penelitian terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial dihitung untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

1. Korelasi parsial antara  $X_1$  dengan  $Y$  ( $X_2$  dan  $X_3$  konstan)

$$r_{Y1.23} = \frac{r_{Y1} - r_{Y2} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123}}{\sqrt{(1 - (r_{Y2})^2) \cdot (1 - (r_{Y3})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}} \dots\dots\dots (3.2)$$

2. Korelasi parsial antara  $X_2$  dengan  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_3$  konstan)

$$r_{Y2.13} = \frac{r_{Y2} - r_{Y1} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123}}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (1 - (r_{Y3})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}} \dots\dots\dots (3.3)$$

3. Korelasi parsial antara  $X_3$  dengan  $Y$  ( $X_1$  dan  $X_2$  konstan)

$$r_{Y3.12} = \frac{r_{Y3} - r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{123}}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (1 - (r_{Y2})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}} \dots\dots\dots (3.4)$$

Keterangan :

$$r_{Y1} = \text{Koefisien korelasi sederhana antara } X_1 \text{ dengan } Y \\ = \text{Error! Bookmark not defined. Error!} \\ \text{Bookmark not defined. } \frac{\sum x_{1i} y_i}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

$$r_{Y2} = \text{Koefisien korelasi sederhana antara } X_2 \text{ dengan } Y \\ = \text{Error! Bookmark not defined. Error!} \\ \text{Bookmark not defined. } \frac{\sum x_{2i} y_i}{\sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

$$r_{Y3} = \text{Koefisien korelasi sederhana antara } X_3 \text{ dengan } Y \\ = \frac{\sum x_{3i} y_i}{\sqrt{\sum x_{3i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

$$r_{123} = \text{Koefisien korelasi sederhana antara } X_1, X_2 \text{ dengan } X_3 \\ = \text{Error! Bookmark not defined. Error!} \\ \text{Bookmark not defined. } \frac{\sum x_{1i} x_{2i} x_{3i}}{\sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum x_{3i}^2}}$$

$X_1$  = Harga Produk

$X_2$  = Kualitas Produk

- $X_3$  = Kualitas Pelayanan  
 $Y$  = Kepuasan Konsumen

### 3.8.2. Analisa korelasi berganda

Metode analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis korelasi berganda. Analisis korelasi berganda yaitu Digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel bebas atau lebih yang secara bersama-sama dihubungkan dengan variabel terikatnya. Variabel-variabel tersebut yaitu :

- $X_1$  adalah Harga Produk
- $X_2$  adalah Kualitas Produk
- $X_3$  adalah Kualitas Pelayanan
- $Y$  adalah Kepuasan Konsumen

$$r_{Y1.2.3} = \sqrt{\frac{(r_{Y1})^2 + (r_{Y2})^2 + (r_{Y3})^2 - 2(r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{y3})}{1 - (r_{123})^2}} \dots\dots\dots (3.5)$$

### 3.8.3. Penguji hipotesis

Pengujian hipotesis terhadap  $\rho$  digunakan untuk memeriksa hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dan simultan. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Pengujian Hipotesisi Parsial

Langkah perumusan statistik hipotesis parsial yaitu :

- Hubungan  $X_1$  harga produk dengan  $Y$  kepuasan konsumen  
 $H_0 : \rho_1 \leq 0$  Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga produk dengan kepuasan konsumen  
 $H_a : \rho_1 > 0$  Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga produk dengan kepuasan konsumen

b. Hubungan  $X_2$  kualitas produk dengan Y kepuasan konsumen

$H_0 : \rho_2 \leq 0$  Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen

$H_a : \rho_2 > 0$  Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen

c. Hubungan  $X_3$  kualitas pelayanan dengan Y kepuasan konsumen

$H_0 : \rho_3 \leq 0$  Secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen

$H_a : \rho_3 > 0$  Secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen

Untuk menguji hubungan variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, dilihat dari *P-value* dibandingkan dengan taraf nyata  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ). Kriteria pengujian adalah :

$H_0$  ditolak, jika  $P - \text{value} < 0,05$

$H_0$  diterima, jika  $P - \text{value} \geq 0,05$

## 2. Pengujian Hipotesis Berganda

Langkah perumusan statistik hipotesis parsial yaitu :

$H_0: \rho_1, \rho_2, \rho_3 \leq 0$  secara simultan tidak terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga produk, kualitas produk, dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

$H_a: \rho_1, \rho_2, \rho_3 > 0$  secara simultan terdapat hubungan positif yang signifikan antara harga produk, kualitas produk, dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultandilihat dari nilai *Significance F* dibandingkan dengan taraf nyata  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ). Kriteria pegujiannya adalah :

Ho ditolak, jika *Significance F*  $< 0,05$

Ho diterima, jika *Significance F*  $\geq 0,05$