

## **BAB III**

### **PROSEDUR PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan waktu penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Ayam Goreng Tulang Lunak (AGTL) yang terletak di Jalan Hajiten Raya No 7A, Jakarta timur. Penelitian ini akan dilaksanakan  $\pm$  3 bulan , mulai pada bulan mei sampai juli 2015.

#### **3.2 Strategi dan Metode penelitian**

##### **3.2.1 Strategi Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian (kualitas produk, kualitas pelayanan, harga produk dan kepuasan konsumen). 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 kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga produk dan juga variabel dependen yaitu variabel kepuasan konsumen.

##### **3.2.2 Metode penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu pengumpulan data dan analisis data berupa opini dan variabel-variabel yang akan diteliti dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner (Angket) yang telah

disediakan sejumlah pilihan jawaban yang ditentukan nilainya dengan skala *Likert*.

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen Ayam Goreng Tulang lunak (AGTL) yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti. Untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jumlah konsumen sebanyak 1500 orang dalam waktu 7 hari konsumen (responden) yang makan di Ayam Goreng Tulang Lunak (AGTL)

#### 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. Adapun kriteria sampel penelitian yang dipilih yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin dan pekerjaan.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan dipergunakan dalam penelitian digunakan 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%

$$n = \frac{1500 \text{ konsumen}}{1 + 1500(0,1)^2}$$

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$n = 93,75 = 94 \text{ (dibulatkan)}$$

Dengan teknik pengambilan sampel, purposive sampling yaitu penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, peneliti mengambil sampel 94 orang dengan kriteria yang telah berkunjung kembali lebih dari 2 kali.

### **3.4 Unit-Unit Analisis Penelitian**

Unit analisis penelitian ini adalah konsumen ayam goreng tulang lunak (AGTL) sebagai unit analisis dalam penelitian, karena dapat memberikan tanggapan atau respon tentang variabel yang diteliti.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Guna mendapatkan keakuratan dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dan informasi dari kepala divisi, karyawan maupun pelanggan di ayam goreng tulang lunak (AGTL). Data yang digunakan adalah data primer.:

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### **1. Riset Pustaka**

Riset pustaka dilakukan berdasarkan buku yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas untuk mendapatkan teori-teori yang dapat dijadikan pedoman dalam penelitian ini.

#### **2. Riset Lapangan**

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian 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 lembar pertanyaan dalam bentuk pernyataan yang berkaitan dengan masalah penelitian kepada konsumen ayam goreng tulang lunak (AGTL).

### 3.6 Instrumen Pengumpulan Data

Dalam Instrumen penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data berupa kuesioner. Dalam kuesioner tersebut terdapat pertanyaan yang ditunjukkan langsung kepada 94 orang pelanggan pada Ayam Goreng Tulang Lunak (AGTL). Berupa 19 pernyataan yang terdiri dari 6 butir pernyataan untuk variabel Kualitas produk ( $X_1$ ), 8 butir pernyataan untuk variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ), 2 butir pernyataan variabel Harga Produk ( $X_3$ ), dan 3 butir variabel Kepuasan Pelanggan (Y). penelitian menggunakan skala likert yaitu skala yang di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat dari persepsi orang.

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.

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

**Tabel 3.1 Kriteria Instrumen Pengukuran data**

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)

Adapun Variabel yang terdapat di dalam kuesioner yang disebar kepada responden adalah sebagai berikut:

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

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Instrumen	
Kualitas Produk (X1)	Kinerja (Performance)	Kecepatan mengolah produk	1	
	Kehandalan (Reability)	tingkat kematangan	2	
	Fitur (features)	Cita rasa	3	
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Produk yang dijual sesuai dengan yang ditawarkan	4	
	Estetika (Aesthetics)		Produk dikemas dengan higienis	5
Penyajian produk ditata dengan baik			6	
Kualitas Pelayanan (X2)	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	Ketepatan waktu pelayanan	7	
		Tanggap terhadap keluhan	8	
	Daya tanggap (Responsivenees)	Kesiapan karyawan	9	
		Pengetahuan tentang produk	10	
	Jaminan ( <i>Assurance</i> )		keamanan	11
			kebersihan	12
Empati ( <i>Empathy</i> )		Memahami keinginan konsumen	13	
Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )		Fasilitas fisik (wastafel, toilet, ruang tunggu, dan tempat makan) bersih dan nyaman	14	
Harga produk (X3)	Perbandingan harga dengan produk sejenis	Perbandingan harga produk dengan pesaing	15	
	Keunikan produk	Ukuran ayam AGTL yang besar	16	
Kepuasan konsumen (Y)	Biaya	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan	17	
	Faktor emosi	Faktor emosi membuat Konsumen menyukai dan membeli produk AGTL kembali	18	
	Kemudahan	Kemudahan dalam pemesanan produk AGTL	19	

Sumber : Garvin dan M.N Nasution (2010), Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2009), Prof. Dr. Thamrin Abdullah, M.M., M.Pd. (2012), Fandy 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

Suatu alat ukur dikatakan valid apabila benar-benar dapat menjawab secara cermat tentang variabel yang akan diukur. Selanjutnya instrumen tersebut diuji cobakan kepada sampel penelitian yaitu 94 orang konsumen ayam goreng tulang lunak (AGTL), kemudian data yang diperoleh dan dilakukan analisis faktor dengan metode korelasi sederhana, yaitu dengan cara mengkorelasikan antara skor faktor dengan skor total. Pengolahan data uji validitas dibantu dengan program SPSS versi 22.0. Instrumen pertanyaan dikatakan valid apabila mempunyai hasil korelasi yang besarnya lebih dari 0,202

#### 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

### 3.7.2 Penyajian Data

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

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 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.

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 :

$$r_{Y1} = \text{Koefisien korelasi sederhana antara } X_1 \text{ dengan } Y$$

$$= \frac{\sum x_{1i} y_i}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

$$r_{Y2} = \text{Koefisien korelasi sederhana antara } X_2 \text{ dengan } Y$$

$$= \frac{\sum x_{2i} y_i}{\sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

$$r_{Y3} = \text{Koefisien korelasi sederhana antara } X_3 \text{ dengan } Y$$

$$= \frac{\sum x_{3i} y_i}{\sqrt{\sum x_{3i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

$$r_{123} = \text{Koefisien korelasi sederhana antara } X_1, X_2 \text{ dengan } X_3$$

$$= \frac{\sum x_{1i} x_{2i} x_{3i}}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum x_{3i}^2}}$$

- $X_1$  = 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 :

- a.  $X_1$  adalah kualitas produk
- b.  $X_2$  adalah Kualitas Pelayanan
- c.  $X_3$  adalah Harga Produk
- d.  $Y$  adalah Kepuasan Konsumen

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

Nilai koefisien berkisar dari -1 sampai 1 Interpretasi nilai r sebagai berikut :

- 1) Jika r mendekati 1, maka hubungan antara variabel X dan Y semakin kuat dan positif.
- 2) Jika r mendekati -1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan negatif.
- 3) Jika r mendekati 0, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y tidak terdapat pengaruh atau sangat lemah.

Oleh karena itu, jika nilai r mendekati -1 atau 1, maka hubungan antara dua variabel semakin kuat. Sebaliknya, jika nilai r semakin jauh dari -1 atau 1 berarti hubungan antar variabel akan semakin lemah.

### **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 Hipotesis Parsial**

Langkah perumusan statistik hipotesis parsial yaitu :

- a. Hubungan  $X_1$  kualitas produk dengan Y kepuasan konsumen  
 $H_0 : \rho_1 \leq 0$  Secara parsial tidak terdapat hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen.  
 $H_a : \rho_1 > 0$  Secara parsial terdapat hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen.
  
- b. Hubungan  $X_2$  kualitas pelayanan dengan Y kepuasan konsumen  
 $H_0 : \rho_2 \leq 0$  Secara parsial tidak terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Ha :  $\rho_2 > 0$  Secara parsial terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

c. Hubungan  $X_3$  harga produk dengan Y kepuasan konsumen

Ho :  $\rho_3 \leq 0$  Secara parsial tidak terdapat hubungan antara harga produk dengan kepuasan konsumen.

Ha :  $\rho_3 > 0$  Secara parsial terdapat hubungan antara harga produk dengan kepuasan konsumen.

Untuk menguji hubungan variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, dilihat taraf nyata  $\alpha$  ( $10\% = 0,1$ ). Kriteria pengujian adalah :

Ho ditolak, jika  $P - \text{value} < 0,1$

Ho diterima, jika  $P - \text{value} \geq 0,1$

## 2. Pengujian Hipotesis Berganda

Langkah perumusan statistik hipotesis parsial yaitu :

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

Ha:  $\rho_1, \rho_2, \rho_3 > 0$  secara simultan terdapat antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga produk dengan kepuasan konsumen.

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan dilihat dari nilai *Significance F* dibandingkan dengan taraf nyata  $\alpha$  ( $10\% = 0,1$ ). Kriteria pegujiannya adalah :

Ho ditolak, jika *Significance F*  $< 0,1$

Ho diterima, jika *Significance F*  $\geq 0,1$