

# BAB III

## METODA PENELITIAN

### 3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi *asosiatif* yaitu strategi penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dimana penelitian ini tujuannya adalah memberi penjelasan apakah terdapat hubungan antara variabel  $X_1$  (Harga Produk),  $X_2$  (Kualitas Produk), dan  $X_3$  (Kualitas Pelayanan) dengan variabel Y (Kepuasan Pelanggan).

### 3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.2.1. Populasi penelitian

Populasi merupakan himpunan yang terdiri atas objek atau subjek yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. **Populasi dari penelitian ini adalah beberapa pelanggan dalam sehari yang melakukan pembelian ayam goreng di Hisana Fried Chicken.** Data jumlah pelanggan tersebut diperoleh dari informasi kepala toko Bapak Ahmad Fandi Hisana Fried Chicken Cempaka Putih.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* artinya responden dipilih secara sengaja atau khusus dengan pertimbangan tertentu yang diyakini representative terhadap populasi penelitian dan berdasarkan ciri-ciri yang dipandang mempunyai hubungan yang erat dengan kriteria yang diinginkan.

Adapun sampel diambil dan penelitian ini yang dilakukan dengan cara *purposive sampling* dengan menggunakan rumus *slovin* yaitu:

$$opn = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

$N$  = Jumlah Populasi

$n$  = Jumlah Sample

$e$  = Tingkat kesalahan

Populasi ( $N$ ) sebanyak 4.800 (1 bulan = 30 hari) x 160 orang per hari = 4.800 pelanggan dengan asumsi tingkat kesalahan ( $e$ ) = 10% maka jumlah sampel ( $n$ ) adalah

$$n = \frac{4.800}{1 + 4.800(0,10)^2}$$

$n=97,359 \rightarrow$  dibulatkan menjadi 97 orang

Sehingga sampel dalam penelitian ini adalah 97 orang (responden).

Adapun karakteristik responden dalam penentuan sampel ini ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Pelanggan yang berbelanja lebih dari satu kali di Hisana Fried Chicken.
2. Pelanggan yang dinilai memiliki kemampuan untuk menjawab tiap pernyataan variabel yang diteliti.

### **3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data**

#### **3.3.1. Jenis Data**

Guna mendapatkan keakuratan dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dan informasi melalui data primer maupun data sekunder.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data diperoleh melalui pendapat atau tanya jawab dari responden baik secara langsung maupun (wawancara) maupun tidak langsung (kuesioner) dan data yang dikumpulkan adalah harga produk, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan yang diberikan untuk mengetahui

peristiwa yang telah terjadi dan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut.

## 2. Data Sekunder

Data didapat melalui riset pustaka berdasarkan buku yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas untuk mendapatkan teori dari definisi yang akan digunakan dalam penelitian ini.

### 3.3.2. Instrumen Pengumpulan Data

Dalam kuesioner tersebut terdapat pertanyaan mengenai data diri responden dari indikator tiap-tiap variable yang akan digunakan pada pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala likert (1-4) yang mempunyai 4 tingkat prefensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1-4 dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Skala Likert**

Halaman 1 dari 3

<b>PILIHAN JAWABAN</b>	<b>NILAI SKOR</b>
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Sugiyono (2013)*

Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3.2. In Tabel 3.2. Indikator-indikato Variabel X Penelitian**

Halaman 2 dari 3

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
<p>Harga Produk (<math>X_1</math>)  (Kotler dan Keller, 2012: 409-410)</p>	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	1. Harga tinggi memiliki kualitas produk yang bagus	1
		2. Harga tinggi memiliki resiko kecil pada kualitas produk	2
	Daya saing harga	1. Penawaran harga lebih baik dari produsen lainnya	3
		2. Bersaing dengan produk yang sama	4
	Kesesuaian harga dengan manfaat	1. Harga sesuai dengan manfaat produk	5
		2. Produk tidak <i>over use</i>	6
<p>Kualitas Produk (<math>X_2</math>)  (Kotler dan Keller, 2012: 351-352)</p>	Fitur	1. Keistimewaan produk	7
		2. Karakteristik produk	8
	Kualitas kesesuaian	1. Kualitas tidak mengecewakan	9
2. Memenuhi Spesifikasi		10	
Ketahanan	1. Produk memiliki daya tahan yang baik	11	

**Tabel 3.3. Indikator-indikator Variabel Y Penelitian**

		2. Penciptaan produk dapat diandalkan	12
	Kemudahan perbaikan	1. Kemudahan perbaikan jika terjadi kerusakan produk	13
		2. Retur produk	14
	Desain	1. Desain (tampilan) bagus	15
		2. Fungsi produk tepat	16
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )  (Kotler dan Keller, 2012:396)	Jaminan	1. Pegawai sopan santun	17
		2. Dapat dipercaya	18
	Kehandalan	1. Pelayanan yang cepat	19
2. Respon yang akurat dan memuaskan		20	
	Bukti fisik	1. Sarana dan prasarana yang baik	21
		2. Pegawai memiliki komunikasi yang bagus	
Suasana Toko (X <sub>4</sub> )  (Kotler dan Keller 2013:39)	Exterior	1. <i>Store Front</i> (Bagian Muka Toko)	22
		2. <i>Marquee</i> (Simbol)	23
		3. <i>Entrance</i> (Pintu Masuk)	24
	General Interior	1. <i>Flooring</i> (Lantai)	25

		2. <i>Color and Lightening</i> (Warna dan Pencahayaan)	26
		3. <i>Scent and Sound</i> (Aroma dan Musik)	27
	Store Layout	1. <i>Allocation of floor space for selling, personnel, and customers</i>  (Pengalokasian Ruang Untuk Penjualan, Pegawai dan Pelanggan)	28
		2. <i>Traffic Flow</i> (Arus Lalu Lintas)	29
	Displays	1. <i>Theme Setting Display</i> (Dekorasi Sesuai Tema)	30
		2. <i>Wall Decoration</i> (Dekorasi Ruang)	31

Kepuasan Pelanggan  (Y)  (Kotler dan Keller, 2012)	Harapan konsumen	1. ekspektasi pelanggan terpenuhi	32
		2. pelayanan karyawan yang baik	33
		3. harga terjangkau	34
	Kinerja	1. kualitas produk dan pelayanan yang sesuai keinginan konsumen	35

		2. Kemudahan dan kenyamanan konsumen	36
--	--	--------------------------------------	----

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Variabel bebas dan terikat dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Harga Produk ( $X_1$ ), adalah suatu tanggung jawab dari konsumen untuk membayar sebagai timbal balik dari produk yang telah diberikan pihak Hisana Fried Chicken kepada konsumen.
2. Kualitas Produk ( $X_2$ ), adalah persepsi konsumen terhadap produk Hisana Fried Chicken mengenai baik atau buruknya produk tersebut.
3. Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ), adalah kesamaan antara harapan konsumen Hisana Fried Chicken dengan persepsi konsumen atas servis yang diterima.
4. Suasana Toko ( $X_4$ ), adalah persepsi konsumen terhadap estetika dan kondisi franchise Hisana Fried Chicken
5. Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ), adalah reaksi dari konsumen perihal pemenuhan kebutuhan yang didapat oleh konsumen atas produk dan pelayanan yang diberikan oleh Hisana Fried Chicken.

### 3.5. Metoda Analisis Data

Data dan informasi yang diperoleh kemudian dianalisis lebih lanjut, karena dari analisis tersebut dapat disimpulkan jawaban dari masalah pokok penelitian yang dirumuskan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda uji statistik deskriptif uji kualitas data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Data diolah menggunakan komputer.

#### 3.5.1. Metoda Pengolahan data

Setelah data kuesioner terkumpul, jawaban-jawaban dari kuesioner tersebut diberikan bobot skor berdasarkan skala Likert. Data diolah untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel-variabel penelitian. Untuk mengelola data yang

terkumpul dikerjakan secara manual dan menggunakan software olah data yaitu SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 24.0.

### **3.5.2. Metoda Penyajian Data**

Data disajikan dalam bentuk tabel agar lebih mudah bagi peneliti untuk menganalisis data sehingga data yang tersedia nantinya lebih teratur.

### **3.5.3. Uji Statistik Deskriptif**

Gambaran umum mengenai karakteristik responden dijelaskan dengan table statistic deskriptif responden diukur dengan skala interval yang menjelaskan besarnya frekuensi absolute dan persentasi jenis kelamin,usia, kuantitas pembelian, pekerjaan dan rentang pendapatan. Sedangkan untuk memberikan deskriptif mengenai variabel independen yaitu Harga Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko dan varibel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan dijelaskan dengan table statistic deskriptif variabel yang menunjukkan kisaran teoritis, kisaran actual,rata-rata (*mean*) dan standar deviasi (Ghozali, 2016).

### **3.5.4. Uji Instrumen Data**

#### **3.5.4.1 Uji validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2016). Uji signifikan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  table untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $\alpha = 0,05$ , jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  table dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indicator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2016 ).

Kriteria pengujian validitas :

Hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel , maka memenuhi persyaratan validitas

Hasil  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel , maka tidak memenuhi persyaratan validitas

#### **3.5.4.2 Uji Reliabilitas**



Uji reliabilitas adalah alat mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesiner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Pengukuran pada penelitian ini dilakukan dengan one shot atau pengukuran satu kali saja lalu kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur kolerasi antar jawaban pertanyaan. Reabilitas dari satu butir pertanyaan dapat dilihat dari hasil output SPSS pada tabel dengan judul *Relability Statistic*. untuk menilai reliabilitas masing-masing pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu *reliable* jika memberikan *Cronbach's Alpha* > 0,70 (Ghozali,2016:48).

### 3.5.5 Analisis Statistik Data

#### 3.5.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah model yang memperlihatkan hubungan antara satu variabel *dependen* dengan variabel *independen*. Penelitian ini menggunakan analisis linier berganda karena mempunyai variabel *independen* lebih dari satu.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mencari hubungan secara linier antara empat variabel *independen* yang diteliti yaitu Harga Produk(X1), Kualitas Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) dan Suasana Toko (X4) terhadap variabel *dependen* yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan anantara variabel independen dengandependen, apakah masing-masing varibel berhubungan positif. Dalam uji regresi penulis menggunakan regresi linier berganda untuk mencari pengaruh antar variabel dengan rumus :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + e$$

Keterangan :

X<sub>1</sub> : Harga Produk

X<sub>2</sub> : Kualitas Produk

$X_3$  : Kualitas Pelayanan

$X_4$  : Suasana Toko

$Y$  : Kepuasan Pelanggan

$\alpha$  : Konstanta

$\beta$  : Koefisien regresi

$e$  : Standar error

### 3.5.5.2 Uji Asumsi klasik

Penelitian ini melakukan uji asumsi klasik atas data primer ini maka penelitian ini dilakuka uji normalitas, uji multikolenieritas dan uji heteroskedastisitas.

### 3.5.5.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki ditribusi normal. Normalitas dapat dideteksi pada sumbu diagonal dari grafik normal P-P plots. Yaitu jika data menyebar disekitar garis diagonal maka data berdistribusi normal. Tetapi jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka data tidak berdistribusi normal.

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan, karena secara data yang tidak normal dapat terlihat normal. Oleh karena itu penelitian ini uji normalitas dilengkapi dengan uji statistic menggunakan uji kolomogorov-Smirnov dengan taraf signifikansi 0,05% (Ghozali,2016). Pengambilan keputusan berdasarkan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka data dinyatakan berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

#### 3.5.5.4 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*Independen*). Model regresi yang (Ghozali,2016). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didalam regresi maka dapat dilihat nilai *tolerance* dan *variance inflaction factor* (VIF).

1. Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  atau nilai VIF  $< 10$  artinya mengindikasikan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.
2. Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  atau nilai VIF  $> 10$  artinya mengindikasikan bahwa terjadi multikolinieritas.

#### 3.5.5.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:134). untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedisitas dapat dilihat dengan ada atau tidaknya pola tertentu pada pola scarterplot. Jika adanya pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar dan kemudian menyempit) maka mengindikasikan terjadi heterokedisitas. Namun jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:134).

Uji statistik yang digunakan memiliki kelemahan yang cukup signifikan oleh karena itu, dalam penelitian ini agar dapat mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedisitas adalah uji Glejser. Uji tersebut dilakukan dengan meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen. Model regresi dinyatakan tidak mengandung heteroskedisitas jika signifikansinya tingkat kepercayaan 0,05 atau 5%.

1. Jika signifikansi  $> 0,05$  atau 5% maka diindikasikan bahwa tidak terjadi heteroskedisitas.

2. Jika signifikansi , 0,05 atau 5% maka diindikasikan bahwa terjadi heteroskedisitas.

### 3.5.6 Pengujian Hipotesis

#### 3.5.6.1 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai  $R^2$  adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel- variabel *dependen* amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel- variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *dependen* (Ghozali, 2016:95).

#### 3.5.6.2 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel *independen* secara individual dalam menerangkan variasi – variasi *dependen* (Ghozali, 2016:97). Ketentuan penerimaan dan penolakan hipotesis adalah sebagai berikut ;

- 1) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan (Sig = 0,05), maka secara parsial variabel *independen* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependen*.
- 2) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau probabilitas lebih besar dari tingkat signifikan (Sig = 0,05), maka secara parsial variabel *independen* mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependen*.

#### 3.5.6.3 Uji F (Simultan)

Dalam uji statistik F digunakan untuk menguji apakah variabel *independen* secara bersama sama atau secara simultan mempengaruhi variabel *dependen*. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti semua variabel *independen* secara bersama – sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen* dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5%, atau dapat

juga dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari pada 0,05 (untuk tingkat signifikansi = 5%), maka variabel independen secara bersama – sama mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016:96).