

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sugiyono (2017:8), penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif (*assosiation research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar dua atau lebih variabel (Sugiyono, 2017:19).

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Sugiyono (2017:27), mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. penelitian ini adalah pelanggan pada bebek kaleyo cabang cempaka putih. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di bebek kaleyo cabang cempaka putih, yang jumlahnya sebanyak 185 orang, penelitian ini dilakukan pada saat pandemic.

Tabel 3.1 :Populasi rata-rata dalam 3 bulan

Mei	Juni	Juli	Rata rata
180 orang	184 orang	190 orang	185 orang

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi atau sejumlah elemen yang mewakili populasi. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi

relatif kecil, kurang dari 30 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil Sugiyono (2013:85).

Terdapat 185 orang populasi sasaran yang Dengan menggunakan metode rumus slovin dengan margin of error yang di tetapkan sebesar 5% atau 0,05 dengan rumus pelanggan yang datang langsung ke tempat makan bebek kaleyo cabang cempaka putih dan alasan karena jumlah populasi tidak bisa diketahui secara pasti, maka sampel penelitian menggunakan rumus berikut :

Jumlah sampel penelitian dihitung dengan menggunakan Rumus Slovin menurut Sugiyono (2016:87).

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan (5%)

Adapun perhitungan sampel dengan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = 185 (1 + (185 \times 0,0025))$$

$$n = 185 / (1 + 0.4625)$$

$$n = 185 / 1,4625$$

$$n = 126,495$$

$$n = 126$$

Jadi, jumlah sampel yang dilakukan dalam penelitian ini sebanyak 126 orang.

3.2 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.2.1 Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2017:187) data primer merupakan data yang dikumpulkan dan olah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu persepsi responden berkaitan dengan variabel penelitian.

Metoda pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017: 142). Dalam penelitian ini pertanyaan dalam kuesioner disusun sesuai dengan urutan variabel yang sesuai dengan indikator, tujuannya agar pertanyaan dalam kuesioner tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini berasal dari kuesioner dengan pengukuran data ordinal. Pengukuran data ordinal (*ordinal scale*) akan menunjukkan data sesuai dengan sebuah orde atau urutan tertentu (Ferdinand, 2015:261). Sedangkan tipe skala ordinal yang digunakan yaitu *sematic scale* yaitu respons terhadap sebuah stimuli yang disajikan dalam bentuk kategori sematik, yang menyatakan sebuah tingkatan sifat atau keterangan tertentu. Untuk mengetahui serta menilai sikap dan persepsi responden tentang persepsi harga kualitas pelayanan, citra merek, serta kepuasan pelanggan di restoran bebek kaleyo cabang cempaka putih.

3.2.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2014:131) data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Dalam penelitian ini saya mengambil data dari dokumen restoran bebek kaleyo cempaka putih.

Dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.2.Bobot Nilai Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017)

3.4. Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini digunakan tiga variabel bebas dan dua variabel terikat yaitu persepsi harga, kualitas pelayanan, dan citra merek sebagai variabel bebas serta Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat. Variabel-variabel yang diukur dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator ini akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner.

Tabel 3.2 Indikator Persepsi Harga

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
1	Harga (X₁)	Keterjangkauan Harga	1. Aspek penetapan harga yang dilakukan produsen/penjual.	1
			2. Harga yang terjangkau sehingga konsumen banyak yang melakukan kunjungan	2
		Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	1. Harga yang ditetapkan sesuai kemampuan persaingan	3
			2. membandingkan harga suatu produk dengan produk yang lainnya	4

Sumber: Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke-13, Jilid 2, (Jakarta : Erlangga, 2012).

Tabel 3.3. Indikator Kualitas Pelayanan

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
2	Kualitas Pelayanan (X₂)	<i>Tangible</i> dan <i>Realiabelity</i> (berwujud dan kehandalan)	1. Sarana dan Prasarana bersih dan nyaman serta penampilan karyawan bersih dan sopan	5
			2. Ketetapan waktu pelayanan dan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat terpercaya	6

		<i>Responsiviness dan Emphaty</i> (ketanggapan dan empati)	1. Tanggap terhadap keluhan memberikan pelayanan yg cepat dan menyapaikan informasi yang jelas serta kesiapan Karyawan mampu dalam menyelesaikan masalah	7
--	--	---	--	---

Zeithhaml, Parasuraman & Berry (dalam Hardiansyah 2011:46)

Tabel 3.4 Indikator Citra Merek

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
3	Citra Merek (X₃)	<i>Favorability of brand association</i> (keuntungan dari asosiasi merek)	1. Kesuksesan sebuah proses pemasaran dengan percaya pada merek yang diberikan	8
			2. Merek dapat mempengaruhi hasil yang baik atau buruk	9
		<i>Strength of brand association</i> (kekuatan dari asosiasi merek).	1. Ingatan yang masuk dan bertahan dalam ingatan konsumen 2. Membangun kepopuleran merek melalui media	10 11

		<i>Uniqueness of brand associations</i> (keunikan dari asosiasi merek).	1. Keunggulan bersaing yang menjadikan alasan konsumen memilih merek tertentu dan Ketertarikan konsumen dalam memilih merek	12
--	--	--	---	----

Aries Susanty dan Najid Bangun Adisaputra (2011:149)

Tabel 3.5 Indikator Kepuasan Pelanggan

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	Minat berkunjung kembali	1. Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan. 2. Pelayanan yang diberikan terpenuhi dengan yang diinginkan	13 14
		Kesesuaian harapan	1. Pelayanan karyawan sesuai yang diharapkan. 2. Karyawan memberikan pelayanan sesuai kebutuhan konsumen	15 16
		Kesediaan merekomendasikan	1. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan. 2. Konsumen merekomendasikan melalui media sosial	17 18
		Kesediaan kenyamanan	1. karyawan memberikan pelayanan dengan nyaman. 2. konsumen merasakan puas terhadap pelayanan yang all in	19 20

		Kesesuaian fasilitas	1. Berminat datang kembali karena fasilitas yang aman bersih dan nyaman	21
			2. Tempat yang sangat cocok untuk makan berdua atau berkeluarga hingga untuk ruang meeting	22

Indikator Kepuasan Pelanggan menurut Fandy Tjiptono (2014:353)

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1. Pengolahan Data

Data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS versi 24.00. Software SPSS digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat. Dimana dilakukan editing dan coding. *Editing* adalah tahapan pertama dalam pengolahan data yang diperoleh peneliti dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden serta ketidakpastian jawaban responden. *Coding* adalah memberikan atau tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat memudahkan peneliti mengenai tabulasi.

3.5.2. Penyajian Data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis. Dimana dilakukan tabulasi. Tabulasi adalah perhitungan data yang telah dikumpulkan dalam masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah dimengerti. Data yang diperoleh, setelah diolah dan disortir akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian.

3.6. Analisis Statistik Data

Untuk membahas hasil penelitian, penulis menggunakan data berpasangan berdasarkan data yang diperoleh. Oleh karena terdapat lebih dari satu variabel independen, yaitu tiga buah variabel independen, dan satu buah variabel dependen, maka metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis (parsial dan berganda) sebagai berikut :

3.6.1. Uji Instrumen

Suatu kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *validity* (tingkat kesahihan) dan *reability* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, (Ghozali, 2011:88). Dasar pengambilan keputusan valid atau tidaknya pernyataan dinyatakan oleh Sugiyono (2017:126) : Jika $r_{hitung} \geq 0,30$ (r_{kritis}) maka item pernyataan tersebut valid.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n \sum X Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

.....(3.2)

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n = Banyaknya responden (sampel)

X = Skor yang diperoleh subyek dari setiap item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

2. Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliable akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program computer SPSS. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan handal (reliable) apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (Priyatno, 2014:26).

Koefisien Alpha Cronbach:

$$\alpha_{it} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right) \dots\dots(3.3)$$

Keterangan :

- k = jumlah butir kuisisioner
- α_{it} = koefisien keterandalan butir kuisisioner
- $\sum S_i^2$ = jumlah variansi skor butir yang valid
- S_t^2 = variansi total skor butir

Untuk mencari besarnya variansi butir kuisisioner dan variansi total skor butir di gunakan rumus sebagai berikut :

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2}{n} - \left(\frac{\sum X_i}{n} \right)^2 \dots\dots\dots(3.4)$$

Keterangan :

- $\sum X_i$ = jumlah skor setiap butir
- $\sum X_i^2$ = jumlah kuadrat skor setiap butir

Menurut Sekaran (2013), dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

Jika koefisien *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha acceptable (construct reliable)*.

Jika *Cronbach's Alpha* $< 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha poor acceptable (construct unreliable)*.

3.6.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2 (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0-1). Jika nilai R^2 mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variabel variabel independen terhadap variabel dependen. sebaliknya, jika R^2 mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel independen menerangkan variabel dependen. (Priyatno, 2014:125) Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel independent terhadap variabel dependent dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

1. Kontribusi pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan

$$R^2_1 = (r_{Y1.234})^2 \cdot 100\%$$

2. Kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

$$R^2_2 = (r_{Y2.341})^2 \cdot 100\%$$

3. Kontribusi pengaruh citra merek restoran bebek kaleyo terhadap kepuasan pelanggan

$$R^2_3 = (r_{Y3.412})^2 \cdot 100\%$$

4. Kontribusi pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, dan citra merek secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan

$$R^2_4 = (r_{Y1234})^2 \cdot 100$$

3.6.3. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dan berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh X_1 terhadap Y

$H_o : \beta_{y1.23} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di restoran bebek kaleyo cabang cempaka putih).

$H_a : \beta_{y1.23} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di restoran bebek cabang cempaka putih).

2. Pengaruh X_2 terhadap Y

$H_o : \beta_{y2.31} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran bebek kaleyo cabang cempaka putih).

$H_a : \beta_{y2.31} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan kepuasan pelanggan restoran bebek kaleyo cabang cempaka putih).

3. Pengaruh X_3 terhadap Y

$H_o : \beta_{y3.12} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan citra merek terhadap kepuasan pelanggan restoran bebek kaleyo cabang cempaka putih).

$H_a : \beta_{y3.12} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan citra merek terhadap kepuasan pelanggan restoran bebek kaleyo cabang cempaka putih).

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *P-value* dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$)

H_o ditolak, H_a diterima jika *P-value* $< 0,05$ dan

H_o diterima, H_a ditolak jika *P-value* $\geq 0,05$

atau H_o ditolak, H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan

Ho diterima, Ha ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

4. Pengaruh X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara berganda.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

Ho : $\beta_{y123} = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan persepsi harga, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan).

Ha : $\beta_{y123} \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh signifikan persepsi harga, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan).

Adapun untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan, digunakan nilai *Significance F* dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$).

Ho ditolak, Ha diterima jika *Significance F* $< 0,05$ dan

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

atau

Ho ditolak, Ha diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan

Ho diterima, Ha ditolak jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$