

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Metoda penelitian yang digunakan peneliti adalah Kuantitatif, ini digunakan untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen Bittersweet by Najla mengenai Kualitas Produk, Harga, Waktu Pengiriman, Promosi dengan Kepuasan Konsumen pada Bittersweet by Najla Bekasi, Sugiyono (2017:19) dan strategi penelitian asosiatif (*assosiation research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar dua atau lebih variabel, dalam hal ini penelitian mengidentifikasi sejauh mana hubungan antara variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Waktu Pengiriman (X_3), dan Promosi (X_4), dengan Kepuasan Konsumen (Y) pada Bittersweet by Najla Bekasi.

Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda survei. Metoda survei digunakan untuk mendapatkan data dari sampel penelitian dengan melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner dibuat melalui Google form, karena lebih memudahkan peneliti untuk menyusun data responden, kemudian disebarakan kepada konsumen Bittersweet by Najla di Bekasi.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi penelitian

Populasi yaitu sebagai area generalisasi yang terdiri dari objek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang akan dipelajari dan disimpulkan. Jadi, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian Bittersweet by Najla Bekasi.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan sifat-sifat yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang diambil harus benar-benar dapat mewakili, karena kesimpulan yang diambil dari sampel akan berlaku untuk populasi. Penentuan sampel yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu. Pertimbangan dari penelitian ini adalah Usia responden >15 tahun. Penulis mengambil batas usia ini, karena penulis menganggap diusia lebih dari 15 tahun responden sudah mengerti maksud yang ingin disampaikan penulis dalam lembar kuesioner. Dalam penelitian ini, konsumen yang pernah membeli Bittersweet by Najla Bekasi sebagai objek penelitian yang dipilih oleh penulis, karena masyarakat memiliki pengetahuan tentang hal-hal yang ada disekitarnya.

Karena jumlah populasi yang ingin diteliti besar dan tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil maka digunakan rumus Wibisono dalam Fernández (2020) sebagai berikut

$$N = \left\{ \frac{\left(\left(\frac{Za}{2} \right) \cdot \sigma \right)^2}{e} \right\}$$

$$N = \left\{ \frac{1,96 \cdot 0,25}{5\%} \right\}^2$$

$$N = 96,04 \text{ dibulatkan } 97$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel

$Z_{\sigma/2}$ = nilai tabel Z (nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan, dimana tingkat kepercayaan 95%)

σ = standar deviasi populasi (0,25 = sudah ketentuan)

e = tingkat kesalahan penarikan sampel (dalam penelitian ini diambil 5%)

Dari perhitungan sampel diatas maka diperoleh hasil dari jumlah minimal sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 96,04 responden, dan dibulatkan menjadi 97 responden.

3.3. Metoda Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, Metoda pengumpulan data yang digunakan yaitu sebagai berikut :

1. Study keperpustakaan (Library study)

Penelitian keperpustakaan merupakan metoda pengumpulan data yang diperoleh melalui studi pustaka. Dalam hal ini peneliti berusaha untuk mencari dan membaca serta mendapatkan sumber-sumber ilmiah yang terdapat dalam buku yang berkaitan dengan topik penelitian.

2. Studi lapangan (*Field Study*)

Pengambilan data dengan pengamatan langsung ke objek penelitian yaitu menggunakan :

- a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber, dalam hal ini penulis memperoleh data dari Kuesioner dan wawancara. Kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertulis kemudian disebar, penyebaran kuesioner bertujuan untuk menggali informasi yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari data yang telah diteliti dan dikumpulkan pihak lain yang berkaitan dengan penelitian, seperti membaca, dan mempelajari buku-buku, tek, jurnal, dan data dari internet.

Metoda yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah metoda kuesioner, yang diperoleh dari responden melalui kuesioner dalam Google Form yang disebar secara *Online* kepada pelanggan yang pernah membeli Bittersweet by Najla Bekasi.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Variabel merupakan atribut, sifat, atau nilai seseorang, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang ditentukan dalam penelitian yang harus dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pokok masalah dan perumusan hipotesis yang diajukan, maka variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Bebas (*Independen Variable*)

Independen Variable dikenal sebagai Variabel Stimulus, *Predictor*, *Antecedent*. Variabel Bebas atau Independen yaitu Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya dependent variable (variabel terikat). Dalam penelitian ini yang merupakan Variabel bebasnya (*Independen*) adalah *Kualitas Produk* (X_1) *Harga* (X_2), *Waktu Pengiriman* (X_3) dan *Promosi* (X_4).

Berdasarkan pokok masalah dan perumusan hipotesis yang diajukan, maka variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel *Kualitas Produk* (X_1) dalam penelitian ini diukur melalui 12 item pernyataan dengan menggunakan skala likert dalam interval 1-5. Adapun untuk mengukur *Kualitas Produk* menggunakan indikator sebagai berikut:
 - 1) Kinerja Produk (*Performance*)
 - 2) Keandalan Produk (*Reliability*).
 - 3) Karakteristik Produk (*Feature*).
 - 4) Daya Tahan (*Durability*).
 - 5) Kesesuaian (*Conformance*).
 - 6) Keindahan Layar Produk (*Aesthetic*).
 - 7) Kualitas Yang Dirasakan (*Perceived Quality*).

- b. Variabel *Harga* (X_2) dalam penelitian ini diukur melalui 8 item pernyataan dengan menggunakan skala likert dalam interval 1-5. Adapun untuk mengukur Harga menggunakan indikator sebagai berikut:
- 1) Keterjangkauan Harga
 - 2) Harga sesuai Kemampuan atau Daya saing Harga
 - 3) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
 - 4) Kesesuaian Harga dengan Manfaat
- c. Variabel *Waktu Pengiriman* (X_3) dalam penelitian ini diukur melalui 4 item pernyataan dengan menggunakan skala likert dalam interval 1-4. Adapun indikator untuk mengukur *Waktu Pengiriman* antara lain :
- 1) Metode Pelayan Penerimaan Barang.
 - 2) Metode Bantuan Pelayanan Pengiriman.
- d. Variabel *Promosi* (X_4) dalam penelitian ini diukur melalui 8 item pernyataan dengan menggunakan skala likert dalam interval 1-5. Adapun indikator untuk mengukur *Promosi* antara lain :
- 1) Periklanan
 - 2) Penjualan Tatap Muka
 - 3) Hubungan Masyarakat
 - 4) Promosi Penjualan.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat atau dependent yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (*Independen*). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikatnya (*Dependent*) adalah Kepuasan Konsumen (Y). Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini diukur melalui 4 pernyataan dengan menggunakan skala likert dalam interval 1-5

Adapun indikator Kepuasan Konsumen terdiri atas :

- 1) *Re-purchase*
- 2) Menciptakan *Word-of-Mouth*

3) Menciptakan Citra Merek

4) Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama.

Dalam penelitian terdiri dari Independent Variable, Dependent Variable. Independent Variable yaitu Kualitas Produk, Harga, Waktu Pengiriman, dan Promosi, Dependent Variable adalah Kepuasan Konsumen. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah klasifikasi (Skala Likert). Skala likert yang digunakan sebagai berikut :

Tabel 3.2. Skor Untuk Jawaban Kuesioner

No.	Pernyataan	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	(SS)	5
2	Setuju	(S)	4
3	Cukup Setuju	(CS)	3
4	Tidak Setuju	(TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju	(STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2014)

Responden dapat langsung memilih jawaban yang tersedia. Untuk memperoleh data digunakan lima buah instrumen kuesioner. Kuesioner yang pertama yaitu tentang Kualitas Produk, yang kedua tentang Harga, yang ketiga tentang Waktu Pengiriman, yang keempat tentang Promosi, dan yang kelima tentang Kepuasan Konsumen. Kuesioner disusun berdasarkan Indikator-indikator dari variabel yang diteliti dan masing-masing indikator variabel akan mempunyai sub indikator. Sub Indikator tersebut yang kemudian dijadikan dalam bentuk pertanyaan. Instrumen yang berupa pertanyaan dalam kuesioner penelitian pada Tabel 3.3.

Berikut tabel-tabel dari Indikator Variabel Kualitas Produk, Harga, Waktu Pengiriman, Promosi dengan Kepuasan Konsumen.

Tabel 3.3. Variabel Kualitas Produk (X₁)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
Kualitas Produk	Kinerja produk (<i>Performance</i>)	Kualitas rasa makanan	1	Skala Likert 1 - 5
		Kehigenisan makanan	2	
	Keandalan produk (<i>Reliability</i>)	Keandalan kemasan produk	3	
		Konsistensi rasa produk	4	
	Karakteristik produk (<i>Feature</i>)	Memiliki keunikan dalam produk	5	
		Ciri khas yang dimiliki produk	6	
	Kualitas yang dirasakan (<i>Perceived Quality</i>) dan Daya tahan (<i>Durability</i>) dan	Penilaian konsumen terhadap produk	7	
		Ketahanan produk (Waktu expire)	8	
	Kesesuaian (<i>Conformance</i>)	Kesesuaian produk melalui standar yang ditetapkan	9	
		Kesesuaian penyajian produk	10	
	Keindahan produk (<i>Aesthetic</i>)	Penampilan produk	11	
		Daya tarik tampilan	12	

Tabel 3.4. Variabel Harga (X₂)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
Harga	Keterjangkauan Harga	Harga yang sudah ditetapkan bisa dibeli konsumen	13	Skala Likert 1 – 5
		Kewajaran harga yang diterapkan	14	
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Keunikan produk lebih disukai	15	
		Tingkat perbandingan harga dengan pesaing	16	
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kinerja sesuai dengan harga	17	
		Keunggulan harga	18	
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Manfaat yang dirasakan sama atau lebih	19	
		Kesesuaian harga dengan kepuasan yang diterima	20	

Tabel 3.5. Variabel Waktu Pengiriman (X₃)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
Waktu Pengiriman	Pelayan penerimaan barang	Pengiriman barang sampai diterima oleh konsumen	21	Skala Likert 1 – 5
		Ketepatan waktu penerimaan sesuai dengan yang telah ditentukan	22	
	Bantuan pelayanan pengiriman	Proses lamanya pengiriman barang mulai dari proses dikirim sampai barang diterima konsumen	23	
		Pengiriman barang yang dilakukan secara akurat	24	

Tabel 3.6. Variabel Promosi (X₄)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
Promosi	Periklanan (<i>advertising</i>)	Dijalankan lewat media massa, yaitu media cetak dan media elektronik konsumen	25	Skala Likert 1 – 5
		Desain media yang digunakan menarik dan membuat kesadaran	26	
	Penjualan tatap muka (<i>personal selleng</i>)	Komunikasi secara langsung dengan pembeli	27	
		Desain media yang digunakan menarik	28	
	Hubungan Masyarakat (<i>Public relations</i>)	Penyampaian serta penyebaran ide yang mendapat manfaat tidak membayar	29	
		Berita yang tersebar mengenai perusahaan baik	30	
	Promosi penjualan (<i>Sales promotion</i>)	Pemasaran media serta non media untuk meningkatkan permintaan konsumen	31	
		Pelayanan sangat baik	32	

Tabel 3.7. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
Kepuasan Konsumen	Citra Merek dan Word-of-Mouth	Lebih tertarik dengan merek produk tersebut dibanding yang lain	33	Skala Likert 1 – 5
		Menceritakan kepuasan setelah membeli produk tersebut	34	
	Re-purchase dan Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama	Bersedia membeli kembali	35	
		Membeli kembali pada perusahaan yang sama produk berbeda	36	

3.5. Metoda Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017) Analisis data merupakan sebagai proses secara sistematis mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan maupun dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Sugiyono (2017), mengungkapkan bahwa aktivitas dalam analisis data adalah pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, Penyusunan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah disajikan.

Metoda analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda analisis statistik yaitu dengan aplikasi software pada komputer SPSS (*Statistical Package of Social Science*) Versi 25.0 for *Windows*. Tujuan dari penggunaan SPSS ini untuk mempermudah peneliti dalam mengolah dan menganalisis data-data yang sudah di klasifikasikan kedalam kategori dan menggunakan tabel-tabel yang sudah ditentukan Ghozali, (2016). SPSS Versi 25.0 merupakan suatu bentuk software yang digunakan untuk menganalisis data, melakukan perhitungan data statistik secara parametrik ataupun non-parametrik dengan berbasis windows.

3.5.1. Uji Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan pengolahan data SPSS (*Statistical Package of Social Science*).

3.5.1.1. Uji Validitas

Ghozali, (2016) uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk menentukan valid atau tidaknya dalam kuesioner dengan pengukuran. Suatu kuesioner dapat disebut valid apabila kuesioner yang diungkapkan mampu memberikan pernyataan yang dapat diukur. Oleh karena itu, validitas yang ingin diketahui peneliti adalah apakah pernyataan yang dibuat oleh peneliti dalam

kuesioner dapat diukur dan dinyatakan valid atau tidak, dan sesuai dengan yang ingin diteliti. Menurut Siregar (2016:162) dalam Imron (2019) valid atau tidak menunjukkan sejauh mana instrumen estimasi dapat mengukur apa yang perlu dikuantifikasi. Bahwa dengan perkiraan uji validitas ini, sangat baik dapat dilihat secara langsung penjelasan pada survey menggunakan SPSS versi 25.0 dengan signifikansi (α) = 0,05 karena dipandang sangat percaya dan secara keseluruhan tingkat besar. Untuk menguji keabsahan dalam pengujian ini, digunakan item resep koneksi kedua. Pemeriksaan legitimasi penelitian ini meliputi Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Waktu pengiriman (X_3) Promosi (X_4) dan Kepuasan konsumen (Y).

3.5.1.2. Uji Reliabilitas

Ghozali imam (2016) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan alat uji yang digunakan untuk menentukan apakah kuesioner dalam penelitian yang telah dikumpulkan dari data variabel penelitian dikatakan reliabel atau tidak. Suatu kuesioner dapat disebut reliabel apabila respons dari seseorang bersifat konsisten atau stabil terhadap pertanyaan. Pada penelitian ini yang digunakan oleh peneliti dalam menguji reliabilitas kuesioner yaitu dengan menggunakan metoda *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dapat disebut *reliable* apabila *Koefisien Cronbach Alpha* memberikan nilai > 0.6 , pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25.0.

Menurut Sugiyono (2017:130) dalam jurnal Imron, (2019) Dalam penelitian ini, rumus alfa Cronbach digunakan sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r = Koefisien realibility instrument (cronbach alpha)

k = Banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma_b^2$ = Total butir variabel

σ_t^2 = Total varian

3.6. Penyajian Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk tabel agar lebih sistematis dalam memahami dan menganalisis data yang disajikan.

3.6.1. Analisis Statistik Data

Analisis statistik data yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian yaitu analisis koefisien korelasi dan pengujian hipotesis, baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi parsial.

Menurut Sugiono (2014:277) yaitu analisis koefisien korelasi parsial merupakan alat analisis yang dapat digunakan jika dalam penelitian memiliki lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial dihitung untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Uji koefisien korelasi parsial pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi parsial dengan bantuan SPSS versi 25.0.

Koefisien korelasi parsial dimaksudkan untuk mencari tahu seberapa kuatkah, pengaruh salah satu atau beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, tidak simultan atau bersama-sama. Tingkat pengaruh yang terjadi pada suatu koefisien korelasi dapat dijelaskan dengan menggunakan tabel interpretasi koefisien korelasi yang lebih spesifik dengan jarak interval, sebagai berikut.

Tabel 3.8. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval	Keterangan
0.00 - 0.199	Sangat Rendah
0.20 - 0.399	Rendah
0.40 - 0.599	Sedang
0.60 - 0.799	Kuat
0.80 - 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014:192)

3.6.2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Menurut Sugiyono (2018) koefisien korelasi parsial digunakan untuk analisis atau pengujian hipotesis apabila peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independent dengan dependen, dimana salah satu variabel independennya dikendalikan (dibuat tetap) dan akan digunakan koefisien determinasi dengan rumus korelasi determinasi (KD) yaitu

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Dimana : KD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

Koefisien korelasi mempunyai nilai $-1 < r < + 1$ dimana:

- a. Apabila $r = + 1$, maka korelasi antara kedua variabel dikatakan sangat kuat dan searah, artinya jika X naik sebesar 1 maka Y juga akan naik sebesar 1 atau sebaliknya.
- b. Apabila $r = 0$, maka pengaruh antara kedua variabel sangat lebar atau tidak ada pengaruh sama sekali.
- c. Apabila $r = -1$, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan berlawanan arah, artinya apabila X naik sebesar 1 maka Y akan turun sebesar 1 atau sebaliknya.

Menurut Priyastama (2017:88) dalam jurnal Imron (2019) yang digunakan untuk menguji pengaruh faktor bebas terhadap variabel. Hal ini dapat digunakan untuk memutuskan spekulasi setiap faktor. Dalam hal hipotesis yang diungkapkan dalam teori ini yaitu, menentukan tingkat kritis yang dipilih adalah 5% ($\alpha = 0,05$) dan tingkat perhitungan agar mendapatkan pengakuan teori ($\alpha/2$; $n-k-1$).

Untuk menguji pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *P-value* dibandingkan dengan taraf nyata 5% = 0.05 dengan kriteria :

- a) H_0 ditolak, jika *significance t* < 0.05 dan
- b) H_0 diterima, jika *significance t* ≥ 0.05