

## **BAB III METODA PENELITIAN**

### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Menurut Sugiyono (2018:51) strategi asosiatif digunakan untuk pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Strategi ini bertujuan untuk dapat memberikan penjelasan adanya pengaruh antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Total Buah Segar

### **3.2. Populasi dan Sampel**

#### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Sugiyono (2018:130) mengatakan, Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah anggota masyarakat yang ditemui membeli buah-buahan di Total Buah Segar, dan pada saat pengambilan data melalui kuesioner, dengan responden berada di Total Buah Segar cabang Kalimalang.

#### **3.2.2. Sampel Penelitian**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018:131). Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018:138). Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah anggota masyarakat yang telah berbelanja lebih dari satu kali di Total Buah Segar pada periode Juni s/d Agustus 2019. Oleh karena jumlah populasi sasaran tidak diketahui maka peneliti memutuskan untuk menggunakan 100 responden, karena semakin banyak responden maka akan

memberikan pengaruh yang lebih besar. sebagaimana pendapat Ghozali (2014) yang merekomendasikan responden sebanyak 30-100.

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

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2018:213) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti sudah dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2018:219). Adapun prosedur yang dilakukan :

1. Responden diminta mengisi kuesioner pada lembar jawaban yang telah disediakan.
2. Kemudian lembar kuesioner dikumpulkan, diseleksi, diolah dan kemudian dianalisis.

Pengukuran kuesioner menggunakan skala likert, digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018:152). Adapun yang menjadi kriteria yaitu :

- 5 = Sangat setuju (SS)
- 4 = Setuju (S)
- 3 = Ragu-ragu (RG)
- 2 = Tidak setuju (TS)
- 1 = Sangat tidak setuju (STS)

### **3.4. Operasionalisasi Variabel**

#### **3.4.1. Identifikasi variabel**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:57). Penelitian ini akan membahas empat variabel yaitu mengenai kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Total Buah Segar.

#### **3.4.2. Definisi Operasionalisasi Variabel**

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka variabel-variabel yang akan diteliti perlu diberi batasan-batasan sebagai berikut :

1. Kualitas produk pada Total buah Segar selalu diperhatikan mengenai buah yang dikemas dengan higienis dan buah juga dijamin kesegarannya serta buah juga berdaya tahan lama ,selain buah yang segar juga rasa buah sesuai harapan pelanggan. Kualitas produk dapat diukur dengan indikator yaitu bentuk, fitur, penyesuaian, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan dan gaya.
2. Harga adalah persepsi yang ditagihkan atas suatu produk Total Buah Segar atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk Total Buah Segar tersebut. harga sendiri diukur dengan indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat.
3. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan Total Buah Segar seperti pelayanan yang tanggap, penguasaan pengetahuan produk, perilaku yang sopan, dan kounikasi yang baik agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk kualitas pelayanan sendiri diukur dengan dimensi bukti langsung yaitu reliabilitas, responsivitas, jaminan, empati dan bukti fisik.

4. Kepuasan pelanggan, suatu perasaan dimana pelanggan merasa puas dan senang atas pembelian suatu produk, pelayanan dan harga yang diberikan di Total Buah Segar dan kepuasan pelanggan sendiri dapat diukur dengan indikator konfirmasi ekspektasi, niat beli ulang dan kesediaan untuk merekomendasikan.

Penelitian ini menggunakan empat variabel laten yaitu kualitas produk (KP), harga (HRG), kualitas pelayanan (KPL), dan kepuasan pelanggan (KPL). Variabel yang diukur dijabarkan ke dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator memiliki sub indikator. Variabel laten (variabel bentukan) merupakan variabel yang dihipotesiskan dapat dikembangkan dan secara operasional harus didefinisikan dari beberapa variabel manifest, semua variabel yang telah dihipotesiskan perlu dirumuskan sub indikatornya sehingga atas dasar itu instrument pengumpulan data yang sesuai dapat dikembangkan. Sub indikator yang digunakan dalam menjelaskan variabel yang sedang diuji, peneliti ingin mendapatkan data yang dihasilkan dari beberapa data lain (Ferdinand, 2014). Sub indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur dalam menyusun sebuah instrument yang berupa pernyataan yang tertera dalam kuesioner penelitian dapat dilihat melalui tabel dibawah ini :

**Tabel 3.1.**  
Indikator Kualitas Produk

No	Indikator	Kode kuesioner
1	Ukuran Produk	KP1
2	Struktur fisik produk	KP2
3	Aspek Pelengkap	KP3
4	Karakteristik utama	KP4
5	Memenuhi Spesifikasi	KP5
6	Ukuran umur	KP6
7	Reputasi mengagumkan	KP7
8	Rasa	KP8

(Kotler dan Keller (2011 : 8)

**Tabel 3.2.**  
Indikator Harga

<b>No</b>	<b>Indikator</b>	<b>Kode kuesioner</b>
1	Harga terjangkau	HRG1
2	Harga sesuai dengan kualitas produk	HRG2
3	Harga bersaing dengan produk lain	HRG3
4	Harga sesuai dengan fungsi produk	HRG4

*(Kotler & Keller 2011 : 91)*

**Tabel 3.3.**  
Indikator Kualitas Pelayanan

<b>No</b>	<b>Indikator</b>	<b>Kode kuesioner</b>
1	Segera	KPL1
2	Akurat	KPL2
3	Kesediaan dengan tanggap	KPL3
4	Pengetahuan	KPL4
5	Kesopanan	KPL5
6	Sifat dapat dipercaya	KPL6
7	Kemudahan menjalin hubungan	KPL7
8	Pemahaman kebutuhan pelanggan	KPL8
9	Fasilitas fisik	KPL9
10	Perlengkapan	KPL10
11	Karyawan	KPL11
12	Karyawan bersih	KPL12

*(Tjiptono & chandra 2017 :88)*

**Tabel 3.4.**  
Indikator Kepuasan pelanggan

No	Indikator	Kode kuesioner
1	Kesesuaian harga	KPN1
2	Minat berkunjung kembali membeli produk yang sama	KPN2
3	Merekomendasikan kepada orang lain	KPN3

(Tjiptono & Anastasia Diana (2015:54))

### 3.5. Metoda Analisis Data

#### 3.5.1. Statistik Deskriptif

Deskripsi variabel digunakan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Analisis ini menggunakan analisis indeks. Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skor maksimal 5 dan skor minimal 1, maka perhitungan indeks jawaban responden adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Nilai Indeks} = [(\%F1*1)+ (\%F2*1)+ (\%F3*1)+ (\%F4*1)+ (\%F5*1)] / 5$$

Keterangan:

- F1 : Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner
- F2 : Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner
- F3 : Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner
- F4 : Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner
- F5 : Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner

Batas atas rentang skor :  $(\%F*5) / 5 = (100*5)/5 = 100$

Batas bawah rentang skor :  $(\%F*1) / 5 = (100*1)/5 = 20$

Berikut akan digunakan sebagai daftar interpretasi indeks sebagai berikut :

20 – 46 = Rendah

47 – 73 = Sedang

74 – 100 = Tinggi

### **3.5.2. Analisis Jalur (PLS)**

Penelitian ini menggunakan analisis jalur . Didalam analisis jalur ini akan digunakan beberapa jenis variabel yaitu, Pertama variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2018:57). Variabel independen pada penelitian ini meliputi kualitas produk, harga, kualitas pelayanan. Kedua variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2018:57). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Selanjutnya dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS). Model spesifikasi PLS dalam analisis jalur terdiri atas tiga tipe hubungan yaitu inner model, outer model dan weight relation. Inner model menunjukkan spesifikasi hubungan kausal antar variabel laten (model struktural). Outer model menunjukkan spesifikasi hubungan antara indikator atau parameter yang diestimasi dengan variabel latennya (model pengukuran). Weight relation menunjukkan hubungan nilai varian antar indikator dengan variabel latennya sehingga diasumsikan memiliki nilai mean sama dengan nol (0) dan varian sama dengan satu (1) untuk menghilangkan konstanta dalam persamaan kausalitas.

#### **3.5.2.1. Outer Model**

Outer model sering juga disebut (*outer relation atau measurement*) menunjukkan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Variabel laten dapat diukur dengan indikator-indikator bersifat reflektif dan formatif. Perancangan model pengukuran menentukan sifat indikator dari masing-masing variabel laten, apakah reflektif atau formatif, berdasarkan definisi

operasional variabel. Outer model yang menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya (measurement model), (Ghozali, 2014:39). Uji validitas berhubungan dengan mengukur alat yang digunakan yaitu apakah alat yang digunakan dapat mengukur minat membeli, bila sesuai maka instrumen tersebut dapat dikatakan instrumen yang valid (Ferdinant, 2014). Kriteria untuk menentukan konstruk reflektif dapat dilihat sebagai berikut :

- a. Validitas konvergen (*Convergent Validity*), dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item score atau component score dengan construct score yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0.70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0.5 sampai 0.60 dianggap cukup (Ghozali, 2014)
- b. Validitas Diskriminan (*Discriminant validity*), yaitu nilai akar kuadrat dari AVE harus lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten. Dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan crossloading, merupakan ukuran lain dari validitas diskriminan. Diharapkan setiap blok indikator memiliki loading lebih tinggi untuk setiap variabel laten yang diukur dibandingkan dengan indikator laten variabel lainnya. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka hal ini menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya. Metode lain untuk menilai discriminant validity adalah membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai discriminant validit yang baik.(Ghozali, 2014)
- c. *Composite reliability*, yaitu mengukur internal consistency dan nilai harus di atas 0.60. Blok indikator yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu internal homogenitas item dalam ukuran yang mengungkap ide. Keandalan ini dapat diuji melalui konsistensi antar



item dengan cronbach alpha, dan keandalan belah dua (*split-half reliability*) dan *cronbach's Alpha*, yaitu sebagai ukuran umum dari konsistensi internal skala multi-item.

### 3.5.2.2. Inner Model

Inner model yang kadang disebut juga dengan (inner relation, structural model dan substantive theory) menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Kriteria inner model yaitu :

a. Uji kecocokan model (model fit)

Uji model fit ini digunakan untuk mengetahui suatu model memiliki kecocokan dengan data. Pada uji kecocokan model terdapat tiga indeks pengujian, yaitu average path coefficientn (APC), average R-square (ARS) dan average varians factors (AVIF), APC dan ARS diterima dengan syarat p-value <0,50 dan AVIF lebih kecil dari 5.

b. R<sup>2</sup> untuk variabel laten endogen

Hasil R<sup>2</sup> sebesar 0.67, 0.33 dan 0.19 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model baik, moderat, dan lemah.

### 3.5.2.3. Pengujian hipotesis

Setelah melakukan berbagai evaluasi, baik outer model maupun inner model maka selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel independen (exogen) dan variabel dependen (endogen). Pengujian ini digunakan dengan cara analisis jalur (*path analysis*) atas model yang telah dibuat. Hasil korelasi antar konstruk diukur dengan melihat path coefficients dan tingkat signifikansinya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat didasarkan melalui tigtat signifikansinya. Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalahlima persen (5%). Hal tesebut diatas menunjukkan bahwa kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95% dan keputusan salah sebesar lima persen(5%).

Hipotesis terdiri dari : (Sugiyono, 2015)

1.  $H_0$  = Hipotesis null

Hipotesis null adalah pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik (data sampel).

2.  $H_a$  = Hipotesis alternatif

Hipotesis alternatif yang menyatakan ada perbedaan antara parameter dan statistik.

Dasar pengambilan keputusan, yaitu:

$p\text{-value} \geq 0,05$ , hipotesis diterima

$p\text{-value} < 0,05$ , hipotesis ditolak

$p\text{-value}$  : probabilitas value (nilai probabilitas/nilai peluang) yaitu, nilai yang menunjukkan peluang sebuah data untuk digeneralisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang benar 95% dan kemungkinan keputusan yang salah sebesar lima persen (5%). Adapun hipotesis yang diuji statistic dalam penelitian ini sebagai berikut :

1.  $H_0$  = kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.  
 $H_a$  = kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2.  $H_0$  = harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.  
 $H_a$  = harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3.  $H_0$  = kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.  
 $H_a$  = kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.