

BAB III METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini ada 2 variabel yaitu variabel eksogen dan variabel endogen, dimana variabel eksogen adalah kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) sedangkan variabel endogen adalah kepuasan konsumen (Y_1) dan *word of mouth* (Y_2).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survey, penelitian survey sampel yaitu teknik pengumpulan datanya dengan menggunakan angket dan kuesioner yang bersifat tertutup (Suryani dan Hendrayani, 2016:115). Untuk analisis datanya menggunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah himpunan yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulan. Populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Joni Steak, sementara populasi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen “Joni Steak di Kelapa Gading”, Jakarta Utara.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel yang dipilih merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Maksudnya, peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu.

Pertimbangan yang digunakan adalah konsumen Joni Steak di Kelapa Gading, Jakarta Utara, khususnya yang pernah membeli produk makanan dan minuman di Joni Steak. Menurut Ratlan Pardede dan Manurung (2014) jumlah sampel yang diambil dengan menggunakan analisis jalur yaitu 10-20 kali jumlah variabel. Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel sehingga jumlah responden dalam penelitian ini berkisar antara 40-80 responden, sedangkan sampel yang digunakan peneliti dalam observasi ini berjumlah 100 responden (untuk berjaga jaga agar bilamana saat diuji validitas hasilnya tidak valid, maka sampelnya bisa dikurangkan jumlah repondennya misalnya menjadi 95 dan seterusnya sampai hasilnya valid) (Ghozali, 2015:5). Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih 3 minggu, mulai dari 23 Desember 2018 sampai dengan 12 Januari 2019.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang sifatnya kuantitatif karna dinyatakan dalam angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variable yang diwakilinya, jenis data dibekas menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder, tetapi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer (Syofian, 2017:37).

1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden, yaitu para konsumen Joni Steak. Data primer yang digunakan berupa kuesioner yang diberikan konsumen Joni Steak.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian. Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari sejarah perusahaan, ruang lingkup perusahaan Joni Steak

3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian ini, karna tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan data. Dalam hal ini peneliti menggunakan kuesioner.

1) Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pernyataan tertulis yang akan dijawab oleh konsumen Joni Steak (responden) dikawasan Kelapa Gading, Jakarta utara. Yang dilakukan dengan cara membagikan kuesioner tersebut ke setiap konsumen Joni Steak dikawasan Kelapa Gading, Jakarta Utara.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2017: 39) Variabel penelitian didefinisikan sebagai atribut, sifat atau nilai orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel yang dapat mengidentifikasi sebagai berikut :

1. Variabel eksogen (*exogenous*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan dan timbulnya variabel terikat (endogen), baik secara positif maupun secara negatif. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel eksogen yakni, variabel kualitas produk (X_1) dan variabel harga (X_2)
2. Variabel endogen (*endogenous*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini terdapat dua variabel endogen yakni, variabel kepuasan konsumen (Y_1) dan variabel *word of mouth* (Y_2).

Adapun variabel yang terdapat didalam kuesioner yang disebar kepada responden adalah sebagai berikut : indikator-indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner sebelumnya sudah dijelaskan didalam teori dapat dilihat pada tabel dibawah ini untuk melihat lebih mudahnya.

Tabel 3.1 Indikator Variabel Kualitas produk, Harga, Kepuasan Konsumen Dan *Word Of Mouth*

Variabel penelitian	Indikator	Sub indicator	No. Item
Kualitas Produk (X ₁) <i>Zaini (2013)</i>	Kinerja produk	1. Keamanan penggunaan	1
		2. Kemudahan penyajian	2
	Kesesuaian dengan spesifikasi	3. Kesesuaian strandar kualitas produk (strandar kesehatan indonesia)	3
	Daya tahan produk	4. Masa kedaluwarsa produk	4
Harga (X ₂) <i>Kotler dan Amstrong (2012)</i>	Keterjangkauan biaya	5. Harga terjangkau	5
	Kesesuaian dengan kualitas	6. Harga sesuai dengan kualitas produk	6
	Daya saing harga	7. Perbandingan harga	7
	Kesesuaian dengan produk	8. Manfaat produk	8
Kepuasan Konsumen (Y ₁) <i>Kotler dan Amstrong (2013)</i>	Persepsi	9. Keanekaragaman produk	9
		10. Pelayanan karyawan	10
	Harapan	11. Penanganan keluhan	11
		12. Kemudahan pemesanan	12
<i>Word of Mouth</i> (Y ₂) <i>Rachmanda (2009)</i>	Membicarakan	13. Memberikan informasi	13,16
	Merekomendasikan	14. Rekomendasi	14
	Himbauan	15. Mempromosikan	15,17

Dalam mengukur instrumen variabel yang akan diteliti, pada penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017: 93). Dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti yang tercantum pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.2 Skala *Likert* untuk Penelitian

No	Kriteria	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2015)

Pernyataan- pernyataan dalam kuesioner penelitian ini kemudian diuji dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat ukur yang dianggap valid apabila tingkat ketelitian dan ketetapan pengukuran dapat diandalkan, dan digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Validitas ditentukan dengan mengkorelasikan antara nilai (skor) yang diperoleh pada setiap butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Skor total adalah jumlah dari semua skor pertanyaan atau pernyataan. Data yang telah diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan metoda Construct Validity dengan menggunakan metoda korelasi sederhana. Apabila hasilnya sebesar 0,30 atau lebih, maka faktor tersebut merupakan kontruksi yang kuat atau memiliki validitas kontruksi yang baik.

2. Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) 0,60 (Ghozali,2015).

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Metoda Pengolahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti dalam melakukan pengolahan data menggunakan computer dengan program *Microsoft Excel* dan bantuan program “*Statistical Package For Social Science*” (SPSS) VERSI 22.00 dengan tujuan untuk mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dan lebih efisien.

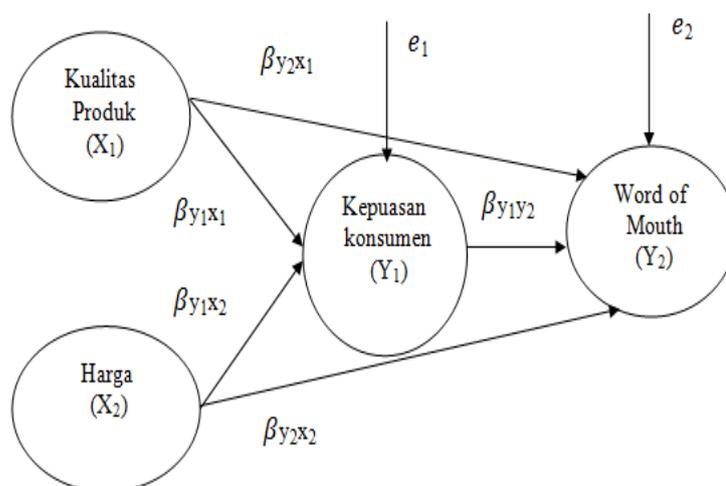
3.5.2. Metoda Penyajian Data

Dalam penelitian ini, peneliti dalam penyajian datanya yaitu dalam bentuk tabel agar mempermudah peneliti menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

3.5.3. Analisis Statistik Data

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Dalam analisis jalur pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung (*direct* dan *indirect effect*), atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung. Secara sistimatik, analisis jalur mengikuti pola model struktural. Persamaan struktural atau juga disebut model struktural yaitu apabila setiap variabel endogen (Y) secara unik keadaanya ditentukan oleh seperangkat variabel eksogen (X). Dalam penelitian ini variabel endogen yaitu Kepuasan konsumen (Y_1) dan *Word Of Mouth* (Y_2), sedangkan variabel eksogen yaitu Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2). Selanjutnya persamaan analisis jalur dalam penelitian ini, dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 3.1 Model Diagram Jalur Persamaan Struktural



Jalur diatas ini terdiri atas 2 persamaan struktural, dimana X_1 , X_2 adalah variabel eksogen dan Y_1 , Y_2 adalah variabel endogen. Adapun persamaan strukturalnya dapat dilihat sebagai berikut :

- Persamaan struktural 1

$$Y_1 = \beta_{y_1x_1} X_1 + \beta_{y_1x_2} X_2 + e_1$$

- Persamaan structural 2

$$Y_2 = \beta_{y_2x_1} X_1 + \beta_{y_2x_2} X_2 + \beta_{y_2y_1} Y_1 + e_2$$

Keterangan :

β_{yx} = Koefisien jalur dari Y ke X yang mengukur besarnya pengaruh langsung variabel Y ke X

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

Y_1 = Kepuasan Konsumen

Y_2 = *Word of Mouth*

e_1 dan e_2 = Error

3.6. Pengujian Hipotesis

3.6.1. Pengujian hipotesis Parsial

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel eksogen dengan variabel endogen. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh X_1 terhadap Y_1 .

$H_0 : \beta_{y_1 x_1} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen)

$H_a : \beta_{y_1 x_1} \neq 0$ (Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen)

2. Pengaruh X_2 terhadap Y_1 .

$H_0 : \beta_{y_1 x_2} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen)

$H_a : \beta_{y_1 x_2} \neq 0$ (Terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen)

3. Pengaruh X_1 terhadap Y_2 .

$H_0 : \beta_{y_2 x_1} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap *word of mouth*)

$H_a : \beta_{y_2 x_1} \neq 0$ (Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap *word of mouth*)

4. Pengaruh X_2 terhadap Y_2 .

$H_0 : \beta_{y_2 x_2} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap *word of mouth*)

$H_a : \beta_{y_2 x_2} \neq 0$ (Terdapat pengaruh antara harga terhadap *word of mouth*)

5. Pengaruh Y_1 terhadap Y_2 .
 - Ho : $\beta_{y_2y_1} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap *word of mouth*)
 - Ha : $\beta_{y_2y_1} \neq 0$ (Terdapat pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap *word of mouth*)
6. Pengaruh X_1 terhadap Y_2 melalui Y_1 .
 - Ho: $\beta_{y_2y_1x_1} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap *word of mouth* melalui kepuasan konsumen)
 - Ha: $\beta_{y_2y_1x_1} \neq 0$ (Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap *word of mouth* melalui kepuasan konsumen)
7. Pengaruh X_2 terhadap Y_2 melalui Y_1 .
 - Ho: $\beta_{y_2y_1x_2} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh harga terhadap *word of mouth* melalui kepuasan konsumen)
 - Ha : $\beta_{y_2y_1x_2} \neq 0$ (Terdapat pengaruh harga terhadap *word of mouth* melalui kepuasan konsumen)

Pengujian pengaruh parsial dapat dilihat dari *significance t* dibandingkan dengan taraf nyata α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria :

- a. Ho ditolak atau Ha diterima jika *signifikansi t* $< 0,05$
- b. Ho diterima atau Ha ditolak jika *signifikansi t* $\geq 0,05$

3.6.2. Pengujian hipotesis Simultan

8. Pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y_1
 - Ho: $\beta_{y_1x_2x_1} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen)
 - Ha: $\beta_{y_1x_2x_1} \neq 0$ (Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen)
9. Pengaruh X_1 , X_2 Dan Y_1 terhadap Y_2
 - Ho: $\beta_{y_2y_1x_2x_1} = 0$ (Tidak terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen terhadap *word of mouth*)
 - Ha: $\beta_{y_2y_1x_2x_1} \neq 0$ (Terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen terhadap *word of mouth*)

Pengujian pengaruh simultan dapat dilihat dari *significance F* dibandingkan dengan taraf nyata α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria :

- a. H_0 ditolak atau H_a diterima jika *signifikansi F* $< 0,05$
- b. H_0 diterima atau H_a ditolak jika *signifikansi F* $\geq 0,05$