

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menggambarkan hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016).

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yakni strategi penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016). Sugiyono (2016) menjelaskan hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, dalam penelitian ini strategi asosiatif hubungan kausal digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan KFC cabang Salemba Raya.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan individu yang menjadi satuan analisis (Sekaran dan Bougie, 2020). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan KFC Salemba di Jakarta. Dari Populasi ini diambil sejumlah sampel yang mencukupi agar dapat dipelajari dan diketahui karakteristik populasi secara keseluruhan.

3.2.2. Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* yaitu *accidental sampling* yang pengambilan sampelnya

ditentukan oleh peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja, seseorang diambil sebagai sampel karena bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sekaran dan Bougie, 2020).

Menurut Tabachnick dan Fidell (2012) jumlah sampel yang sesuai untuk digunakan dalam penelitian dapat ditentukan melalui rumus $n > 50 + 8 (M)$ dengan keterangan bahwa n = jumlah sampel dan m = jumlah variabel independen. Maka didapatkan jumlah sampel minimal dapat diambil sebesar: $n > 50 + 8 (4)$, $n > 50 + 32$, dengan begitu dapat disimpulkan $n > 82$.

Untuk itu, penulis akan mengambil 107 sampel untuk penelitian ini. Hal ini dikarenakan tertera diatas bahwa jumlah minimum responden adalah 82 sampel, namun agar penelitian ini lebih efektif penulis mengambil 107 responden. Dalam hal ini dijelaskan oleh Sekaran dan Bougie (2020) jumlah sampel yang baik adalah sebanyak 30 sampai dengan 500.

3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang termasuk dalam kategori *non-probability sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu (Sekaran dan Bougie, 2020).

Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian adalah:

- a) Masyarakat Indonesia yang berdomisili di Jakarta
- b) Telah melakukan pembelian minimal satu kali di KFC cabang Salemba

Pada saat pengambilan sampel, kuesioner akan disebarluaskan secara *online* dengan mencantumkan *link google docs* pengisian kuesioner melalui media sosial seperti *twitter*, *facebook*, *telegram* dan *whatsapp*.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari responden melalui pengisian survey lapangan dengan menggunakan alat pengumpulan data tertentu

yang dibuat secara khusus (Sugiyono, 2008). Dengan demikian data primer diharapkan dapat mengumpulkan informasi yang akurat berasal dari sumber terpercaya.

Alat pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bagi penelitian karena mendapatkan data dan tanggapan yang pasti dari pelanggan mengenai variabel yang akan diukur. Kuesioner disebarakan secara online dengan target para pelanggan yang telah melakukan pembelian di KFC cabang Salemba.

3.4. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Istilah variabel independen dan variabel dependen sebagai bagian dari variabel penelitian ini berasal dari logika matematika, di mana X dinyatakan sebagai variabel yang ‘mempengaruhi atau sebab’ dan Y sebagai variabel yang ‘dipengaruhi atau akibat’. Variabel ini merupakan variabel yang saling berhubungan dan berkaitan antar satu dan yang lain. (Sugiono, 2016).

3.4.1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen dan menyebabkan keragamannya (Sekaran dan Bougie, 2020). Penelitian ini menggunakan 4 (empat) variabel independen yaitu kualitas layanan, citra merek, kualitas produk, dan harga.

3.4.2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (Sekaran dan Bougie, 2020). Penelitian ini mengambil kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen yang akan diteliti.

3.4.3. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Butir
1.	Kualitas Layanan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1990)	<i>Tangibles</i>	Fasilitas fisik	1-5
		<i>Reliability</i>	Prosedur layanan	6-10
		<i>Responsiveness</i>	Layanan yang cepat	11-15
		<i>Assurance</i>	Bebas dari resiko	16-20
		<i>Emphaty</i>	Perhatian penuh	21-25
2.	Citra Merek (Keller, 2019)	Mudah dikenal	Pengemasan dan penyajian produk	26
		Reputasi yang baik	Persepsi masyarakat	27, 28
		Mudah diingat	Mudah disebut dan diucapkan	29, 30
3.	Kualitas Produk (Vincent Gasperz, 2005)	Kinerja	Keistimewaan produk	31-33
		Fitur	Karakteristik ekstra khusus	34, 35
		Kehandalan	Resiko kegagalan kecil	36, 37, 41

		Konformasi	Produk memenuhi standar	38
		Daya tahan	Lamanya waktu penggunaan produk	39, 40
		<i>Serviceability</i>	Kecepatan dan kemudahan perbaikan dan pemeliharaan	42
		Estetika	Penampilan produk	43-45
4.	Harga (Kotler dan Armstrong, 2020)	Keterjangkauan harga	Sesuai dan terjangkau untuk pelanggan	46. 51
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Sesuai dengan kualitas yang dihasilkan produk	47
		Daya saing harga	Perbandingan harga dengan kompetitor	48. 52
		Keseuaian harga dengan manfaat	Sesuai dengan manfaat yang dihasilkan produk	49, 50

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Uji Instrumen

3.5.1.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian (Sugiyono, 2016). Validitas isi menunjukkan sejauh mana pertanyaan, tugas atau butir dalam suatu tes atau instrumen mampu mewakili secara keseluruhan dan proporsional perilaku sampel yang dikenai tes tersebut.

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas pada setiap pertanyaan apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka instrumen itu dianggap valid dan jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka instrumen dianggap tidak valid.

3.5.1.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Menurut Sekaran dan Bougie (2020), pengukuran realibilitas dilakukan untuk membuktikan konsistensi dan stabilitas instrument pengukuran.

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. *Cronbach Alpha* adalah koefisien reliabilitas yang mengidentifikasi instrumen berhubungan secara positif satu sama lain (Sekaran dan Bougie, 2010). Tinggi rendahnya pengujian reliabilitas tercermin oleh nilai *cronbach alpha* dengan bantuan program SPSS versi 26.0. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah:

- Jika nilai *cronbach alpha* diatas taraf signifikansi 60% atau 0.60 maka variable penelitian dalam kuesioner dikatakan *reliable/acceptable*.
- Jika nilai *cronbach alpha* dibawah taraf signifikansi 60% atau 0.60 maka variable penelitian dalam kuesioner dikatakan tidak *reliable/acceptable*.

3.5.2. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), *standard deviation*, *variant*, *maximum*, *minimum*, *sum*, *range*, *kurtosis*, dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2013). Gambaran umum mengenai karakteristik responden dijelaskan dengan tabel statistik deskriptif responden yang diukur dengan skala ukur interval yang menjelaskan besarnya frekuensi absolut dan presentase kualitas layanan, citra

merek, kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan. Variabel independen penelitian yaitu kepuasan pelanggan sedangkan variabel dependen penelitian yaitu kualitas layanan, citra merek, kualitas produk, dan harga, dijelaskan dengan tabel statistik deskriptif variabel yang menunjukkan kisaran teoritis, kisaran aktual, rata-rata (mean), dan standar deviasi.

3.5.3. Uji Analisis Data

3.5.3.1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2013). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk melihat apakah penelitian ini signifikan sehingga dapat mendukung keempat hipotesis dengan menganalisis variabel independen terhadap variabel dependennya yaitu kualitas layanan, citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun parsial. Berikut rumusnya:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y	= Kepuasan pelanggan
α	= Koefisien konstanta
β_1	= Koefisien regresi kualitas layanan
X1	= Variabel kualitas layanan
β_2	= Koefisien regresi citra merek
X2	= Variabel citra merek
β_3	= Koefisien regresi kualitas produk
X3	= Variabel kualitas produk
β_4	= Koefisien regresi harga
X4	= Variabel harga
e	= <i>factor error</i>

Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26.0 dimana dari program ini akan didapatkan output berupa hasil pengolahan

dari data yang telah dikumpulkan, kemudian hasil *output* data tersebut diinterpretasikan dalam analisis penelitian.

3.5.4. Uji Hipotesis

3.5.4.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013).

3.5.4.2. Uji Statistik F (Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi α sebesar 5 persen atau 0,05. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis akan didasarkan pada nilai probabilitas signifikansi. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Hal ini berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2013).

3.5.4.3. Uji Statistik T (Parsial)

Uji statistik T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Variabel independen secara individu dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai *p value (sig.)* lebih kecil

dari tingkat signifikansi (α). Tingkat signifikansi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah $\alpha = 5\%$. Hal ini berarti apabila nilai *p value (sig.)* lebih kecil dari 5% maka variabel independen secara individu dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013).