

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif. Penelitian asosiatif menurut Sugiyono (2018:63) merupakan pertanyaan penelitian yang menanyakan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif digunakan untuk menjelaskan tentang pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan tempat terhadap kepuasan konsumen pembelian minuman kopi susu kekinian.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah bidang umum yang mencakup subjek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2019:80) Tujuan dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah konsumen penikmat minuman kopi pada Xans Coffee Rawamangun. Konsumen yang menjadi sasaran tersebut terdiri dari kalangan Pelajar, Mahasiswa, Pekerja ataupun Masyarakat biasa, yang menjadi konsumen minuman kopi khususnya kopi susu kekinian di xans coffee.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah Bagian dari jumlah dan karakteristik dari yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019:81). Metode Pengambilan Sampel Penelitian ini merupakan metode non-probability sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang ditargetkan. Teknik Purvosive Sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan khusus (Sugiyono, 2019:85),

Pertimbangan tertentu dimaksudkan dalam pemilihan responden memiliki ciri-ciri tertentu yang erat dengan populasi, yaitu : Konsumen yang menjadi sasaran tersebut terdiri dari kalangan Pelajar, Mahasiswa, Pekerja ataupun Masyarakat biasa, yang menjadi penikmat minuman kopi khususnya kopi susu kekinian di Xans Coffee. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan pada

penelitian ini adalah dihitung dengan menggunakan rumus *moe* seperti berikut :

$$n = \frac{z^2}{4 (Moe)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = tingkat distribusi normal pada taraf signifikansi 95% = 1,96

moe = Margin of eror atau kesalahan maksimal yang bisa di korelasikan, biasanya ditetapkan 5% atau 0,05.

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau Z = 1,96 dan Moe 10% maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah **96 orang**.

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04 \text{ ----- dibulatkan } 96 \text{ orang.}$$

3.3 Jenis dan Sumber Data

Ada dua macam sumber data pada umumnya yaitu sumber data kuantitatif dan sumber data kualitatif yang akan di gunakan pada penelitian ini yaitu data kuantitatif, data kuantitatif merupakan data atau informasi yang di dapatkan dalam bentuk angka. Dalam bentuk angka ini maka data kuantitatif dapat di proses menggunakan rumus matematika atau dapat juga di analisis dengan sistem statistik.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui kuesioner yang disebarakan oleh peneliti ke peminum kopi susu kekinian. Menurut Sugiyono (2017:199) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, Menurut Sugiyono (2013:199), angket adalah teknik pengumpulan data yang dijawab dengan memberikan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden. Kuesioner bisa berupa pertanyaan dan pernyataan tertutup dan terbuka yang diberikan kepada responden secara langsung. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup karna responden hanya bisa menjawab sesuai pilihan jawaban yang telah disediakan.

Jawaban kuesioner menggunakan skala likert, Menurut Sugiyono (2013:132), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Terdapat lima alternatif jawaban, Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, dan Sangat tidak setuju. Responden menjawab kuisisioner dengan memilih salah satu dari Jawaban yang diberikan melalui skala Likert. Kemudian dari lima pilihan poin diberikan dengan skor : Sangat Setuju (5)

Setuju (4)

Netral (3)

Tidak Setuju (2)

Sangat Tidak Setuju (1)

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi variabel dan konstruksi, menggunakan metode untuk melihat dimensi perilaku atau persepsi yang ditunjukkan oleh konsep dan mengkategorikannya menjadi elemen yang dapat diamati dan diukur. Menurut Sugiyono (2017:60), variabel adalah segala sesuatu dalam bentuk apapun yang diidentifikasi oleh seorang peneliti untuk memperoleh informasi tentangnya dan kemudian menarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2017:61), variabel bebas sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent* adalah variabel yang berpengaruh atau yang

menjadi perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), variabel bebas pada penelitian ini yaitu pengaruh kualitas produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), dan tempat (X_4).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2017:61), variabel terikat sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen, adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi sebab akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan pembelian (Y).

Penyusunan instrumen penelitian ini berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam skripsi ini yaitu pengaruh Kualitas produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), dan Tempat (X_4) terhadap Kepuasan pembelian (Y). Uraian tentang instrumen penelitian ini dapat diuraikan pada tabel dibawah ini:

TABEL 3.1 INDIKATOR KUALITAS PRODUK (X₁)

Indikator	Sub Indikator	No. Item
Bentuk Produk	- Daya tahan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak	(1)
Ciri ciri produk	- Persepsi konsumen terhadap keistimewaan atau keunggulan suatu produk.	(2)
Kinerja	- Kinerja produk yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, untuk menarik perhatian	(3)
Ketepatan atau kesesuaian	- Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya	(4)
Keandalan	- Merupakan karakteristik operasi dan produk inti (core product) yang dibeli.	(5)

Sumber : Kotler (2016:200)

TABEL 3.2 INDIKATOR HARGA (X₂)

Indikator	Sub Indikator	No. Item
Keterjangkauan Harga	- Harga yang murah	(1)
	- Harga yang dapat dibeli semua orang	(2)
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	- Harga sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	(3)
	- Harga sesuai dengan mutu yang didapat	(4)
Daya saing harga	- Keunggulan harga	(5)
	- Perbandingan harga	(6)
Kesesuaian harga dengan manfaat	- Harga sesuai dengan citra rasa yang diberikan	(7)
	- Harga sesuai dengan harapan yang di dapat	(8)

Sumber : Kotler dan Amstrong (2012)

TABEL 3.3 INDIKATOR PROMOSI (X₃)

Indikator	Sub Indikator	No. Item
Periklanan	- Bentuk promosi melalui media social untuk memberikan pesan-pesan produk	(1)
Penjualan	- Komunikasi dua orang untuk menyampaikan pesan lebih spesifik	(2)
Promosi	- Aktivitas pemberian promosi menarik seperti	(3)

	cashback, discount, buy 1 get 1	
Hubungan Masyarakat	- Aktivitas untuk menyebarkan pesan produk	(4)

Sumber : Assauri (2015)

TABEL 3.4 INDIKATOR TEMPAT (X₄)

Indikator	Sub Indikator	No. Item
Akses	- Lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.	(1)
Visibilitas	- Lokasi yang dapat dilihat dengan jelas lebih dari jarak pandang normal	(2)
Lalu Lintas	- Menyangkut kepadatan dan kemacetan	(3)
Lingkungan	- Daerah sekitar yang mendukung jasa.	(4)

Sumber : Tjiptono (2015:345)

TABEL 3.5 INDIKATOR KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kualitas produk	- Pelanggan yang merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.	(1)
Harga	- Produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggan	(2)
Kualitas pelayanan	- Pelanggan yang merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.	(3)
Faktor Emosional	- Pelanggan yang merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila menggunakan produk merek tertentu.	(4)
Biaya	- Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan	(5)

	<p>produk atau jasa, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk.</p>	
--	---	--

Sumber : Tjiptono (2016:295)

3.6 Metoda Analisis Data

3.6.1 Pengolahan Data

Data yang dikumpulkan dari kuesioner ditabulasi dan kemudian akan diolah Menggunakan program SPSS (*Software Products and Services Solutions*) versi 26.0. Untuk menghasilkan output, ada analisis statistik berupa koefisien Penentuan dan pengujian hipotesis.

Data yang dihasilkan akan disajikan dalam format tabel, targetnya adalah data Mudah dibaca dan dipahami.

3.6.2 Analisis Statistik Data

Metoda analisis statistik dapat dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis (parsial).

a. Uji Validitas

Uji kualitas data yang pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini, uji validitas digunakan untuk mengukur Apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Jika pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dapat nyatakan apa yang akan diukur kuesioner (Ghozali, 2016:52). Dengan demikian data yang valid adalah (data yang tidak berbeda) antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Syarat kevaliditasan suatu item adalah apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$

pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka instrumen itu dianggap valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dianggap tidak valid.

Setelah perhitungan dilakukan Adapun Dasar keputusan untuk kevaliditan pernyataan adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai $-r_{tabel} < r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan tidak valid
- b) Jika $-r_{hitung} < -r_{tabel}$ atau $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan valid

b. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan berkali-kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017:199). Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih-memilih jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Uji reabilitas dilakukan setelah uji validitas dan yang diuji merupakan pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Koefisien reliabilitas yang besarnya antara 0,50-0,60. Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,60 sebagai koefisien reliabilitas. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah:

- 1) Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,60$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpecahya.
- 2) Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,60$ maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliable.

3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2013: 95) koefisien determinasi pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memenangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen

Guna mengukur variabel independen terhadap variabel dependen secara

parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah :

- a. Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- b. Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen kuat.

3.6.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, secara parsial.

a) Pengujian secara parsial (Uji t)

Ghozali, Imam (2016:98) mengemukakan bahwa uji t statistik menyatakan seberapa berpengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi 5%. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- a) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen