

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian asosiatif dengan hubungan kausal. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang berusaha mencari hubungan antara variabel independen (variabel bebas) dengan variabel dependen (variabel terikat) yang bersifat sebab akibat. Artinya dalam penelitian ini mencari pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Pendekatan yang dipilih yaitu pendekatan kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan yaitu desain penelitian survei. Jenis survei yang digunakan adalah *cross section* artinya pengumpulan data sampel dalam satu waktu. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke beberapa responden dan responden mengirim kembali hasilnya. Kuesioner menjadi wadah yang efektif dan efisien untuk mengumpulkan data yang akan diukur secara numerik.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Populasi dalam suatu penelitian dibedakan antara:

1. Populasi umum adalah seluruh subjek penelitian. Dalam penelitian ini, populasi umumnya adalah Konsumen Geprek Benu Rawamangun.
2. Populasi sasaran adalah populasi yang menjadi sasaran keberlangsungan kesimpulan penelitian. Dalam penelitian ini, populasi sasarnya adalah Konsumen yang pernah makan di Geprek Benu di Rawamangun.

Berikut adalah populasi yang ada di geprek benu rawamangun dalam 6 bulan terakhir Maret 2022-Agustus 2022 sebagai berikut:

Table 3.1 Populasi Pengunjung Geprek Benu Rawamangun
Maret 2022-Agustus 2022

| Bulan | Jumlah pengunjung |
|---------------------------|--------------------------|
| Maret 2022 | 510 |
| April 2022 | 430 |
| Mei 2022 | 460 |
| Juni 2022 | 285 |
| Juli 2022 | 550 |
| Agustus 2022 | 510 |
| Rata-rata perbulan | 457,5 |
| Pembulatan | 458 |

Sumber: Geprek Benu Rawamangun (2022)

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah berdasarkan penyebaran kuesioner selama 4 (empat) minggu yaitu 15 Juli 2022-13 Agustus 2022, sehingga populasi yang digunakan berdasarkan rata-rata per bulan di bagi 4 minggu yaitu:

$$n = \frac{\text{rata - rata perbulan}}{4} = \frac{458}{4} = 114,5 = 115$$

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah 115 pelanggan.

3.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:39) pengertian objek penelitian adalah “suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Menurut Suliyanto (2018) teknik *sampling* sangat diperlukan dalam sebuah penelitian karena hal ini digunakan untuk menentukan siapa saja anggota dari populasi yang hendak dijadikan sampel. Untuk itu teknik *sampling* harus secara jelas tergambar dalam rencana penelitian sehingga jelas dan tidak membingungkan ketika terjun di lapangan. Menurut (Malhotra, 2016) pengertian teknik *sampling* merupakan pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel

yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Tujuan *sampling* adalah untuk menghemat biaya, waktu, dan tenaga. Namun *sampling* harus dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat menggambarkan populasi yang sebenarnya.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini didapat dengan teknik pengambilan sampel (teknik *sampling*) *Nonprobability Sampling* dengan *Sampling* Jenuh. Peneliti menggunakan teknik *sampling* ini karena jumlah populasi sebanyak 115 orang. Menurut Riduwan (2016), “sampling jenuh ialah teknik pengambilan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel dan dikenal juga dengan istilah sensus”. Maka *Sampling* jenuh dilakukan dengan sampel 115 Konsumen yang pernah makan di Geprek Benu di Rawamangun.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang diberikan langsung kepada konsumen yang berkunjung ke geprek benu rawamangun. Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

3.4. Operasional 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. Pada penelitian ini terdapat dua variabel eksogen yakni, Kualitas Produk (X1), Kualitas pelayanan (X2), Harga (X3).
2. Variabel endogen (endogenous) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Di dalam penelitian ini ada dua variabel endogen yakni, variabel Kepuasan konsumen (Y).

3.4.1. Kualitas Produk

Tabel 3.2. Operasional Variabel Kualitas Produk

| No. | Variabel (X ₁) | Indikator | Pernyataan | No. Item |
|-----|-----------------------------------|---|---|----------|
| 1 | Kualitas Produk (X ₁) | Performance (kinerja) | Produk makanan yang di sajikan lengkap serta menyenangkan | 1 |
| | | Features (fitur atau ciri-ciri tambahan) | Memiliki variasi produk makanan sejenis dengan harga yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen | 2 |
| | | Reliability (reliabilitas) | Produk makanan yang tersedia dapat diandalkan kualitasnya | 3 |
| | | Conformance to Specifications (kesesuaian dengan spesifikasi) | Hanya menjual produk makanan dengan label halal | 4 |
| | | Durability (daya tahan) | Produk makanan yang tersedia tidak pernah berada di masa kadaluwarsa | 5 |
| | | Serviceability | Semua produk makanan yang dibutuhkan konsumen tersedia dan higienis dan juga terjamin kebersihannya | 6 |
| | | Esthetics (Estetika) | Banyaknya pilihan menu produk makanan membuat konsumen tertarik untuk membeli | 7 |
| | | Perceived Quality (kualitas yang dipersepsikan) | Memiliki Kualitas produk makanan yang baik sesuai dengan yang dijanjikan | 8 |

Sumber: Kotler (2016:134)

3.4.2. Kualitas Pelayanan

Tabel 3.3. Operasional Variabel Kualitas Pelayanan

| No. | Variabel (X ₂) | Indikator | Pernyataan | No. Item |
|-----|--------------------------------------|-------------------------------|---|----------|
| 2 | Kualitas Pelayanan (X ₂) | Tangible (bukti fisik) | Kondisi ruangan bersih dan penampilan pegawai rapi | 9 |
| | | Reliability (keandalan) | Pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan konsumen | 10 |
| | | Responsiveness (daya tanggap) | Pelayanan yang cepat dan tanggap dalam melayani dan menjelaskan produk makanan yang tidak diketahui oleh konsumen | 11 |
| | | Assurance (jaminan) | Pegawai tidak pernah lupa memberikan struk makanan kepada konsumen | 12 |
| | | Empathy (empati) | Pegawai melayani dengan ramah/senyum | 13 |

Sumber: Kotler (2017: 48)

3.4.3. Harga

Tabel 3.4. Operasional Variabel Harga

| No. | Variabel (X ₃) | Indikator | Pernyataan | No. Item |
|-----|----------------------------|--|--|----------|
| 3 | Harga (X ₃) | Kesesuaian harga dengan kualitas layanan | Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan | 14 |
| | | Kesesuaian harga dengan manfaat | Harga produk sebanding dengan manfaat yang dirasakan konsumen | 15 |
| | | Kesesuaian harga dengan kemampuan konsumen | Harga disetiap menu makanan dan minuman sesuai dengan porsi makanan yang disajikan | 16 |
| | | Keterjangkauan harga | Harga menu makanan dan minuman yang terjangkau | 17 |

Sumber: Kotler (2012:136)

3.4.4. Kepuasan Konsumen

Tabel 3.5. Operasional Variabel Kepuasan Konsumen

| No. | Variabel (Y) | Indikator | Pernyataan | No. Item |
|-----|-----------------------|--------------------------|--|----------|
| 4 | Kepuasan Konsumen (Y) | Kesesuaian Harapan | Saya membeli geprek benu rawamangun sesuai dengan apa yang saya harapkan | 18 |
| | | Minat Berkunjung Kembali | Saya yakin dan berminat untuk berkunjung kembali ke geprek benu rawamangun karena produk makanannya yang disajikan enak dan harganya yang terjangkau | 19 |
| | | Kesediaan Merekomendasi | Saya merekomendasikan untuk membeli geprek benu rawamangun karena rasanya beda dari geprek lain | 20 |

Sumber: Kotler (2014 : 101)

3.5. Metoda Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan Partial Least Square (PLS). Pada teknik analisis data menggunakan Partial Least Square ini mempunyai kemampuan untuk menjelaskan hubungan antar variable dan melakukan analisis data dalam sekali pengujian. Model persamaan yang ada dalam Partial Least Square ini adalah persamaan Structural Equation Modeling (SEM) dengan melakukan pendekatan yang didasarkan pada Variance atau Component based structural equation modeling.

Menurut Santoso (2018), PLS umumnya memiliki asumsi yang longgar. Pemodelan persamaan struktural untuk analisis seperti tidak diperlukan distribusi. Ini umum, tetapi menyederhanakan proses pemrosesan data. Pelonggaran asumsi mempengaruhi kualitas hasil yang diperoleh.

3.5.1. Pengolahan Data

Dalam penelitian ini, data yang telah dikumpul akan dikelompokan berdasarkan variable dan jenis responden untuk ditabulasi. *Software SmartPLS*

3.0 yang akan digunakan *software* ini agar hasil perhitungan dapat diperoleh dengan lebih cepat dan mudah.

3.5.2. Metoda Penyajian Data

Dalam penelitian ini, data yang telah dikumpul akan disajikan dalam bentuk table dan gambar. Dengan menggunakan Tabel dan gambar, diharapkan akan mempermudah dalam menganalisis dan memahami data, sehingga data yang disajikan lebih terarah.

3.5.3. Analisis Statistik Data

Analisis deskriptif dilakukan dengan cara mengumpulkan, mengolah dan menyajikan dan menginterpretasikan data sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga kesimpulan akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Menurut sugiyono (2018;147) yang dimaksud dengan analisis statistik deskriptif adalah suatu ukuran yang digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian.

Partial Least Square (PLS) adalah metode analisis yang bersifat soft modeling karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel) (Ghozali & Latan, 2015). Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran atau sering pula disebut *outer model*. Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel manifest atau *observed variable* merepresentasi variabel laten untuk diukur. Sedangkan model struktural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten dan konstruk (Ghozali & Latan, 2015:7).

3.5.3.1. Model Pengukuran Atau Analisa *outer model*

Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel manifest atau *observed variable* merepresentasi variabel laten unuk diukur (Ghozali & Latan, 2015:7). Rangkaian uji dalam model pengukuran atau *outer model* adalah uji validitas dan realibilitas.

1. *Convergent Validity*

Convergent Validity adalah mengukur validitas indikator refleksif sebagai pengukur variabel yang dapat dilihat dari *outer loading* dari masing-masing indikator variabel. Suatu indikator dikatakan mempunyai realibilitas yang baik, jika nilai *outer loading* diatas 0,70 (Ghozali & Latan, 2015:199).

2. *Discriminant Vallidity*

Nilai ini merupakan nilai *Cross Loading factor* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai, cara menguji *discriminant validity* dengan indikator reflektif yaitu dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus $>0,7$ dan nilainya lebih tinggi dari variabel lainnya (Ghozali & Latan, 2015:74).

3. *Average Variance Extracted (AVE)*

Kriteria validity dan reliabilitas juga dapat dilihat dari nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dari masing-masing konstruk. Konstruk yang memiliki AVE berada diatas 0,5 dapat dikatakan memiliki reliabilitas tinggi.

4. *Composite Reliability*

Dalam mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan cara menghitung nilai *composite reliability*, syarat yang digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk yaitu *composite reliability* harus $>0,7$. Data yang memiliki *composite reliability* $>0,7$ berarti mempunyai reliabilias yang tinggi.

5. *Cronbach's Alpha*

Uji reliabilias dengan *composite reliability* diatas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $>0,7$.

3.5.3.2. Model Struktural Atas Analisa *Inner Model*

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan *R-Squares* (R^2) untuk masing-masing variabel terikat. *R-Squares* menjelaskan keragaman konstruk endogen yang mampu dijelaskan oleh konstruk-konstruk eksogen (Ghozali & Latan, 2015:78). Nilai *R-Squares* 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah (Hair et al., 2011) dalam (Ghozali & Latan, 2015:81).

Uji kedua dalam *inner model* adalah uji Gof (*Goodness of Fit*) untuk melihat kebaikan dari model jalur yang dibangun dengan melihat SRMR menurut (Ghozali, 2015) model persamaan struktural dapat dikatakan fit jika nilai SRMR <0,10 dan model dinyatakan tidak layak jika nilai SRMR >0,15, memiliki Chi-Square dengan rentang nilai >0,05 dan memiliki NFI dengan rentang nilai <0,90.

Uji ketiga dalam *inner model* atau model struktural adalah uji *Path Coefficient* yang dapat dievaluasi dengan melihat stabilitas dari estimasi yang dinilai menggunakan uji *t-statistic* dan *P-Value* yang dilihat melalui *bootstapping* (Ghozali & Latan, 2015:78). Uji *t* merupakan pengujian hipotesis. Nilai hipotesis yang digunakan (*two-tailed*) *t-value* 1,65 (*significance level 10%*), 1,96 (*significance level 5%*) dan 2,58 (*significance level 1%*). Dalam penelitian ini taraf signifikan adalah sebesar 5% yaitu menggunakan t Tabel 1,96.

Adapun rumusan statistik yang diuraikan dalam hipotesis statistik berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Geprek Benu Rawamangun Jakarta Timur.

Menentukan H_{10} dan H_{1a} :

$H_0: \beta = 0$ tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Geprek Benu Rawamangun Jakarta Timur.

$H_a: \beta \neq 0$ terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Geprek Benu Rawamangun Jakarta Timur.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Geprek Benu Rawamangun Jakarta Timur .

Menentukan H_{20} dan H_{2a} :

$H_0: \beta = 0$ tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Geprek Benu Rawamangun Jakarta Timur.

$H_a: \beta \neq 0$ terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Geprek Benu Rawamangun Jakarta Timur.

3. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Geprek Benu Rawamangun Jakarta Timur.

Menentukan H_{30} dan H_{3a} :

$H_0: \beta = 0$ tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Geprek Benu Rawamangun Jakarta Timur.

$H_a: \beta \neq 0$ terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Geprek Benu Rawamangun Jakarta Timur.