

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi penelitian yang akan di gunakan oleh peneliti adalah strategi asosiatif. Pendekatan asosiatif merupakan suatu strategi penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017: 37). Dalam penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk menjelaskan pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Bebek Kaleyo.

Metoda yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dimana data yang diperoleh melalui teknik pengumpulan dan data berupa pendapat atau tanya jawab melalui kuesioner.

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

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

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Bebek Kaleyo Rawamangun.

##### **3.2.2. Sampel penelitian**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut dan harus bersifat *representatif* (mewakili) (Sugiyono, 2017: 81). Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui maka peneliti menentukan sampel penelitian 100 responden yang pernah melakukan pembelian pada Bebek Kaleyo. Analisis didasarkan pada bagian dari model yang memiliki jumlah variabel atau yang memiliki pengaruh yang lebih besar, minimal direkomendasikan sebanyak 30 sampai 100 kasus (Ghozali, 2014: 9).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dimana teknik pengambilan sampel yang tidak memberi

peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017: 84) dengan menggunakan pendekatan *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017: 85).

Adapun yang menjadi kriteria sampel dalam penelitian ini adalah adalah 100 orang pelanggan tetap Bebek Kaleyo, dan mempunyai latar pendidikan dan usia yang berbeda setiap pelanggannya.

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

#### **3.3.1. Jenis data**

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya.

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dari menyebar kuesioner ke pelanggan Bebek Kaleyo yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner. (Sugiyono, 2015:223).

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan baik berupa buku, jurnal, majalah dan dokumen lainnya yang memiliki kaitan dengan kajian pustaka yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. (Sugiyono, 2015:223).

#### **3.3.2. Metoda pengumpulan data**

Dalam penelitian ini, metoda yang digunakan sebagai berikut :

##### **1. Metode Kuisisioner**

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden dan memberikan pernyataan atau kuesioner beserta jawabannya yang berkaitan dengan variabel-variabel yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Riset Kepustakaan (*Library research*)

Pengumpulan data dengan cara mempelajari bahan-bahan kuliah, *literature*, serta sumber lain yang dikumpulkan guna membantu memperkuat teori dan analisa.

### 3.4. Operasional Variabel

#### 3.4.1. Definisi Variabel

Pada penelitian ini terdapat variabel eksogen harga dan kualitas produk, variabel endogen kepuasan pelanggan dan variabel mediasi kepuasan. Variabel eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya variabel dependen (Sugiyono, 2012). Adapun operasionalisasi variabel eksogen dalam penelitian ini :

##### 1. Harga (HG)

Harga merupakan jumlah uang yang dikenakan untuk produk Bebek Kaleyo, jumlah nilai yang ditukar pelanggan untuk kepentingan memiliki atau menggunakan produk atau layanan yang dinyatakan dengan uang.

##### 2. Kualitas produk (PR)

Kualitas produk adalah sejauh mana produk Bebek Kaleyo yang bisa diharapkan dan memenuhi kebutuhan Pelanggan. Pengukuran kualitas produk didasarkan pada bentuk, fitur, kualitas kinerja, ketahanan, desain produk bebek kaleyo.

##### 3. Kualitas pelayanan (KL)

Kualitas pelayanan adalah tingkat ukuran seberapa bagus tingkat layanan Bebek Kaleyo yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan sehingga pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan.

##### 4. Kepuasan pelanggan (KP)

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja Bebek Kaleyo yang diterima dan diharapkan.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan suatu produk sebagai akhir dari suatu proses penjualan memberikan dampak tersendiri pada perilaku pelanggan terhadap produk tersebut.

Berikut ini adalah dimensi dan indikator variable yang digunakan untuk penyusunan kuesioner sebagai berikut:

**Tabel 3.1. Indikator dan Sub Indikator Penelitian Variabel**

Variabel	Indikator	Instrumen	Kode	No Item
Harga (Kotler dan Amstrong, 2012)	Keterjangkauan harga	Harga terjangkau	HG1	1
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Lebih murah	HG2	2
	Kesesuaian harga dengan kualitas produknya	Harga sesuai dengan kualitasnya	HG3	3
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kemudahan dalam pembayaran	HG4	4
Kualitas Produk (Kotler dan Keller, 2013)	Bentuk	Struktur fisik	PR1	5
	Fitur	Pilihan produk	PR2	6
	Kualitas Kinerja	1. Kebersihan	PR3	7
		2. Rasa	PR4	8
	Ketahanan	Ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan	PR5	9
	Desain	Totalitas fitur yang menghubungkan tampilan rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan	PR6	10
Kualitas Pelayanan (Tjiptono, 2014)	Berwujud (Tangible)	1. Penampilan Fisik	KL1	11
		2. Peralatan	KL2	12
	Empati (Emphaty)	1. Komunikasi yang baik	KL3	13
		2. Pemahaman kebutuhan pelayanan	KL4	14
	Daya tanggap (Responsiveness)	1. Pelayanan cepat	KL5	15
		2. Kesigapan karyawan	KL6	16
		3. Pelayan ramah	KL7	17
	Keandalan	1. Akurat	KL8	18

	(Realibility)	2. Memuaskan	KL9	19
	Jaminan (Assurance)	1. Pengetahuan	KL10	20
		2. Kompetensi	KL11	21
Kepuasan Pelanggan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2013)	Kualitas Produk	Pelanggan merasa puas dengan produk berkualitas	KP1	22
	Kemudahan	Mudah di dapat	KP2	23
	Biaya	Produk yang di dapat sesuai	KP3	24
	Harga	Produk berkualitas sama tetapi relative murah	KP4	25

### 3.4.2. Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap setiap pertanyaan yang diberikan adalah dengan menggunakan Skala Likert yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2017: 93).

Dalam penelitian ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian, dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert sebagai berikut :

**Tabel 3.2. Pemberian skor untuk jawaban kuesioner**

<b>Simbol</b>	<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
RR	Ragu-ragu	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

*Sumber : (Sugiyono,2017)*

### **3.5. Metoda Analisis Data**

#### **3.5.1. Analisis Deskriptif**

Deskripsi responden digunakan untuk mengetahui jumlah responden yang telah dibagi sesuai karakteristik yang telah ditentukan yaitu berdasarkan karakteristik demografi (usia, jenis kelamin, pekerjaan) dan karakteristik responden berdasarkan pembelian Bebek Kaleyo. Dimana deskripsi responden tersebut ditampilkan dalam bentuk tabel dan diagram lingkaran pada bab selanjutnya.

#### **3.5.2. Pengolahan data Path Analysis)**

Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan metode *path analysis* (analisis jalur) dengan metode *partial least square* menggunakan WarpPls 6.0. Ghazali (2014) menyatakan bahwa metode *partial least square* merupakan faktor penentu metode analisis data untuk digunakan mengukur skala tertentu dengan jumlah sampel kecil. Tujuannya untuk prediksi pendekatan PLS lebih cocok karena dengan pendekatan PLS dapat diasumsikan bahwa semua ukuran *variance* merupakan *variance* yang berguna untuk dijelaskan, karena pendekatan untuk mengestimasi variabel laten dianggap sebagai kombinasi linear dari indikator sehingga dapat menghindari masalah penentu dan memberikan definisi yang pasti dari komponen skor.

### 3.5.3. Analisis Jalur (*Partial Least Square*)

Analisa Outer Model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten (tidak terukur langsung) dengan indikator-indikatornya (Ghozali, 2014: 10), atau dapat dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Variabel laten diukur dengan indikator-indikator yang bersifat reflektif, model reflektif sering disebut juga *principal faktor model* dimana *covariance* pengukuran indikator dipengaruhi oleh konstruk laten atau mencerminkan variasi dari konstruk laten, indikator reflektif harus memiliki internal konsistensi dikarenakan semua indikator diasumsikan semuanya valid indikator yang mengukur suatu konstruk sehingga dua ukuran indikator yang sama reliabilitasnya dapat saling dipertukarkan, walaupun reliabilitas (*croanbach alpha*) suatu konstruk akan rendah jika hanya ada sedikit indikator, tetapi validitas konstruk tidak akan berubah jika suatu indikator dihilangkan (Ghozali, 2014: 16).

Variabel laten juga dapat diukur oleh indikator-indikator yang bersifat formatif yaitu model pengukuran ini tidak diasumsikan bahwa indikator dipengaruhi oleh konstruk tetapi mengasumsikan bahwa semua indikator mempengaruhi single konstruk. Arah hubungan kausalitas mengalir dari indikator ke konstruk laten dan indikator secara bersama-sama menentukan makna empiris dari konstruk laten. Maka ada kemungkinan antar indikator saling berkorelasi, oleh karena diasumsikan bahwa antar indikator tidak saling berkorelasi maka ukuran internal konsistensi reliabilitas (*croanbach alpha*) tidak diperlukan untuk menguji reliabilitas konstruk formatif (Ghozali, 2014: 19). Analisa outer model untuk indikator reflektif dapat diuji melalui beberapa indikator untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel) antara lain :

- 1) *Convergent validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/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 untuk penelitian awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup (Ghozali, 2014: 25).

- 2) *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya. Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan *square root of average variance extracted (AVE)*, direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar dari 0,50 (Ghozali, 2014: 28). Setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model, dan jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Maka dapat dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur reabilitas *component square* variabel laten dan hasilnya lebih konserfatif dibandingkan dengan *composite rebility* yang mengukur suatu konstruk dan dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *composite reliability* dan *croanbach's alpha* penilaian dari *composite reliability* yang dilakukan dengan melihat output dari *view latent variable coefficient*.
- 3) *Composite reliability* merupakan blok indikator yang mengukur suatu konstruk dapat evaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan nilainya harus diatas 0,60 dengan menggunakan output PLS pc merupakan *closer approximation* dengan asumsi parameter yang akurat sebagai pengukuran *internal consistence* dan hanya dapat digunakan untuk konstruk dengan refleksif indicator (Ghozali, 2014: 32)

Untuk indikator formatif dilakukan pengujian yang berbeda. Uji untuk indikator formatif yaitu (Ghozali, 2014: 43) :

- 1) *Significance of weights*. Nilai *weight* indikator formatif dengan konstruksinya harus signifikan. Nilai signifikansi ini dinilai dengan prosedur *bootstrapping*.
- 2) *Multicollinearity*. Uji *multicollinearity* dilakukan untuk mengetahui hubungan antar indikator. Untuk mengetahui apakah indikator formatif mengalami *multicollinearity* dengan mengetahui nilai VIF. Nilai VIF antara 5- 10 dapat dikatakan bahwa indikator tersebut terjadi *multicollinearity*. Jika indikator memiliki nilai  $VIF < 5$  maka indikator tidak terdapat *multicollinearity*.(Ghozali, 2014: 44)

#### **3.5.4. Analisis model struktural (*inner model*)**

Ghozali (2014: 41) menjelaskan bahwa analisa *inner model* dikenal juga sebagai analisa *structural model* yang menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *substantive theory*. Evaluasi *inner model* dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi :

- 1) 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 coefficient* (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.
- 2) Koefisien determinasi ( $R^2$ ). Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil  $R^2$  sebesar 0,67, 0,33, 0,19 mengindikasikan bahwa model baik, moderat dan lemah (Ghozali,2014).
- 3) *Q square*. Model juga dievaluasi dengan melihat *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Besaran  $Q^2$  memiliki nilai dengan rentang  $0 < Q^2 < 1$ , dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Besaran  $Q^2$  ini setara dengan koefisien determinasi total pada

analisis jalur (*path analysis*). Nilai  $Q^2 > 0$  menunjukkan model memiliki prediktif relevansi, sebaliknya jika nilai  $Q^2 \leq 0$  menunjukkan model kurang memiliki prediktif relevansi. Perhitungan  $Q^2$  total dilakukan dengan rumus.

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2^2) \dots \dots \dots (3.2)$$

### 3.5.5. Pengujian hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antar variabel independen dan variabel dependennya. Pengujian ini dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*) atau model yang telah dibuat. Hasil korelasi antar konstruksi diukur dengan melihat *path coefficients* dan tingkat signifikansinya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Untuk melihat hasil uji hipotesis secara simultan. *Path coefficient* yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai masing-masing koefisien jalur.

Suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak, secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansinya. tingkat signifikan yang dipakai dalam penelitian ini yaitu :

$H_0$  ditolak, jika *significance p-value*  $< 0,05$  dan

$H_0$  diterima, jika *significance p-value*  $\geq 0,05$

5% dengan tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. *p-value* atau probabilitas *value* (nilai probabilitas/nilai peluang) yaitu, nilai yang menunjukkan peluang untuk sebuah data untuk di generalisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang benar 95% dan kemungkinan keputusan yang salah sebesar 5%.

Berikut adalah hipotesis yang diuji statistik dalam penelitian :

1.  $H_{1.0}$  : Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan  
 $H_{1.a}$  : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
2.  $H_{2.0}$  : Harga tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan  
 $H_{2.a}$  : Harga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan
3.  $H_{3.0}$  : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan  
 $H_{3.a}$  : Kualitas produk berpengaruh terhadap kualitas pelayanan.
4.  $H_{4.0}$  : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan  
 $H_{4.a}$  : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

5. H<sub>5.0</sub> : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan  
H<sub>5.a</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
6. H<sub>6.0</sub> : Harga tidak memediasi terhadap melalui kepuasan pelanggan  
H<sub>6.a</sub>: Harga berpengaruh terhadap melalui kepuasan pelanggan
7. H<sub>7.0</sub>: Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan  
H<sub>7.a</sub>: Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan.