

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di d'Besto Mangun Jaya 2, Tambun Selatan, Bekasi selama bulan Mei 2015. Seluruh kegiatan penelitian ini dilakukan dalam waktu \pm 6 bulan, terhitung dari bulan Februari sampai dengan bulan Juli 2015.

3.2. Strategi dan Metoda Penelitian

3.2.1. Strategi penelitian

Strategi penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah strategi asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel, dalam hal ini penelitian mengidentifikasi sejauh mana pengaruh korelasi antara empat variabel tersebut, antara variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) yang merupakan variabel *exogenous* terhadap kepuasan konsumen (Y_1) dan loyalitas pelanggan (Y) yang merupakan variabel *endogenous*.

3.2.2. Metoda penelitian

Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda survey yaitu teknik pengumpulan dan analisis data berupa opini dari subyek yang diteliti melalui secara langsung (wawancara) maupun tidak langsung (kuesioner).

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi umum dalam penelitian ini adalah semua pelanggan d'Besto. Adapun populasi sasaran dalam penelitian ini adalah pelanggan d'Besto yang lebih dari dua kali melakukan pembelian dalam satu bulan.

3.3.2. Sampel penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*, dimana setiap unsur populasi dipilih secara acak sehingga tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dan teknik yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel secara acak namun tetap ada pertimbangan tertentu, yaitu pelanggan yang sudah berlangganan minimal 2 kali. Salah satu prinsip-prinsip dasar yang sebaiknya dipenuhi dalam analisis jalur ialah terdapat ukuran sampel yang memadai. Untuk memperoleh hasil yang maksimal, sebaiknya digunakan sampel di atas 100 responden (Sarwono).³⁰ Oleh karena itu, peneliti menetapkan jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 120 responden.

3.4. Unit-Unit Analisis Penelitian

Unit penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu subyek dan obyek. Subyek dari penelitian ini adalah pelanggan d'Besto, sedangkan obyek penelitian ini adalah kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), kepuasan pelanggan (Y_1), dan loyalitas pelanggan (Y_2).

3.5. Metoda Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metoda yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Studi Lapangan

Studi lapangan ini dilakukan untuk memperoleh data secara langsung yang berasal dari obyek penelitian dengan cara sebagai berikut :

(a) Wawancara

Metoda wawancara dilakukan dengan tanya jawab langsung kepada pelanggan yang bersangkutan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

(b) Teknik Observasi

Teknik observasi ini dilakukan untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan penelitian ini, yang diperoleh dari beberapa buku, internet, artikel, dan sebagainya.

(c) Kuesioner

Penulis menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden dan memberikan pernyataan atau kuesioner beserta jawabannya yang berkaitan dengan variabel-variabel, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Melalui kuesioner ini diharapkan peneliti akan mendapatkan data secara langsung yang dapat membantu dan menjawab permasalahan penelitian.

2. Riset Pustaka

Riset pustaka digunakan untuk memperoleh data sekunder dengan membaca dan mempelajari buku-buku ilmiah dari beberapa pengarang yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

3.6. Instrumen Pengumpulan Data

3.6.1. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Untuk menilai sikap dan persepsi responden, dalam penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti yang tercantum pada Tabel 3.1 berikut ini.³¹

Tabel 3.1. Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner

No.	Pernyataan	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Setuju	S	3
4	Sangat Setuju	SS	4

Sumber : Sugiono (2013)

Variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator dan sub indikator, kemudian sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan seperti pada Tabel 3.2 berikut ini.

Tabel 3.2. Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Kualitas Produk (X ₁)	<i>Performance</i>	Memenuhi keinginan pelanggan	1
	<i>Reliability</i>	Rasa Makanan dan kebersihan makanan	2, 3
	<i>Aesthetics</i>	Penampilan Makanan	4
	<i>Conformance</i>	Kesesuaian spesifikasi dengan keinginan pelanggan	5
	<i>Features</i>	Kehalalan Makanan	6
Kualitas Pelayanan (X ₂)	<i>Reliabilitas</i>	Ketepatan pelayanan	7, 8
	<i>Responsibilitas</i>	Respon karyawan terhadap keluhan pelanggan	9
		Tanggap dalam menerima pesanan	10
		Cepat dalam memproses pesanan	11
	<i>Assurance</i>	Pelayanan yang ramah	12
		Pengetahuan karyawan tentang produk yang ditawarkan	13, 14
	<i>Empathy</i>	Komunikasi yang baik	15
		Perhatian kepada konsumen	16
	<i>Tangibles</i>	Penataan ruangan	17
		Kebersihan ruangan	18
		Fasilitas lengkap (music, kipas angin, toilet)	19, 20, 21
		Penampilan karyawan	22, 23
Kepuasan Pelanggan (Y ₁)	<i>Product quality</i>	Ekspektasi pelanggan terpenuhi	24
	<i>Service quality</i>	Pelayanan karyawan yang baik	25
	<i>Emotional</i>	Pelanggan bangga mengonsumsi produk	26
	<i>Price</i>	Harga terjangkau	27
	<i>Fee</i>	Tidak mengeluarkan biaya tambahan (uang parkir)	28
Loyalitas Pelanggan (Y ₂)	<i>Repeat</i>	Membeli kembali produk	29
	<i>Referral</i>	Menginformasikan produk	30
		Mengajak orang lain, keluarga, kerabat, dll untuk membeli produk	31

Sumber : Husein Umar, Lupiyoadi, Handi Irawan dan Tjiptono

3.6.2. Uji validitas

Sebelum digunakan, terhadap instrumen penelitian perlu diuji validitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan atau kecermatan suatu instrumen penelitian. Instrumen penelitian telah dibuat dan disebar kepada pelanggan di Besto Mangun Jaya 2, Tambun Selatan. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi, yaitu suatu sistem dianggap valid jika berkorelasi signifikan dengan skor total, atau jika nilai koefisien korelasi skor (r_{hitung}) minimal sama dengan 0,3 maka instrumen penelitian dikatakan valid.

3.6.3. Uji reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrumen memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat keandalannya dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha. Lebih lanjut Sugiyono mengemukakan, instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha sebesar 0,6 atau lebih.³²

3.7. Metoda Analisis Data

Analisis statistik data penelitian ini menggunakan analisis jalur untuk melihat pengaruh antarvariabel secara parsial maupun gabungan, dan menggunakan analisis korelasi antarvariabel. Peneliti menggunakan analisis jalur pada penelitian ini karena analisis jalur memungkinkan peneliti dapat menguji proposisi teoritis mengenai hubungan sebab dan akibat. Analisis jalur adalah model perluasan regresi yang digunakan untuk menguji keselarasan matriks korelasi dengan dua atau lebih model hubungan sebab akibat yang dibandingkan oleh peneliti, modelnya digambarkan dalam bentuk gambar lingkaran dan panah, di mana anak panah tunggal menunjukkan sebagai penyebab. Regresi dikenakan

pada masing-masing variabel dalam suatu model sebagai variabel tergantung (pemberi respons) sedang yang lain sebagai penyebab.

3.7.1. Metoda Pengolahan data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22.0. Hal ini dilakukan agar mempermudah dalam mengolah data statistik dapat lebih cepat dan tepat.

3.7.2. Metoda penyajian data

Data yang diperoleh disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga lebih sistematis.

3.7.3. Analisis statistik data

Persamaan struktural yang digunakan pada analisis jalur dalam penelitian ini, yaitu:

- Persamaan struktural 1

$$Y_1 = \beta_{Y_1 X_1} X_1 + \beta_{Y_1 X_2} X_2 + \epsilon_1$$

- Persamaan struktural 2

$$Y_2 = \beta_{Y_2 X_1} X_1 + \beta_{Y_2 Y_1} Y_1 + \beta_{Y_2 X_2} X_2 + \epsilon_2$$

1. Analisis Regresi

i. Parsial

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara sendiri-sendiri atau pun parsial digunakan angka Beta atau *Standardized Coefficient* dari hasil perhitungan SPSS. Begitupun untuk melihat besarnya pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara

sendiri-sendiri atau pun parsial digunakan angka Beta atau *Standardized Coefficient* dari hasil perhitungan SPSS.

ii. Gabungan

Untuk melihat pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara gabungan, dan melihat pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara gabungan dapat di lihat dari $KD = r^2 \times 100\%$.

2. Analisis Korelasi

Untuk mendapatkan hasil penelitian, diperoleh dari perhitungan komputerisasi. Adapun untuk menafsir angka-angka korelasi dari hasil perhitungan, digunakan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.3. Pedoman Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi

No.	Interval	Keterangan
1	0 - 0,25	Korelasi sangat lemah (dianggap tidak ada)
2	>0,25 - 0,5	Korelasi cukup
3	>0,5 - 0,75	Korelasi kuat
4	>0,75 - 1	Korelasi sangat kuat

Sumber: Sarwono (2007). "Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis dengan SPSS".

3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel

3.4.

Tabel 3.4. Hipotesis Penelitian

No.	Hipotesis Yang Diajukan
H1	Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan
H2	Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan
H3	Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan
H4	Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan
H5	Ada pengaruh yang signifikan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan
H6	Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan
H7	Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data Diolah (2015)