

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Desain Penelitian

Menurut (Sugiono, 2013: 206), penelitian deskriptif adalah “penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain”. Sedangkan penelitian asosiatif menurut (Sugiono, 2013: 206) adalah “penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih”.

Menurut (Sugiono, 2013: 207) juga menjelaskan metode penelitian kuantitatif adalah “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

### B. Tahapan Penelitian

#### 1. Populasi dan Sampel

##### a. Populasi

Sugiyono, (2017: 61) Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karekteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Jadi, populasi bukan hanya manusia, tetapi populasi dan produk alam lainnya. Populasi bukan hanya sekedar jumlah item/mata pelajaran yang dipelajari, tetapi mencakup semua ciri/sifat subjek atau objek yang diteliti. Dalam Penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan di Dhelitha Gordyn.

##### b. Sampel

Menurut (Juliansyah Noor, 2015: 107) Sampel adalah

“proses pemilihan sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi”.

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

Keterangan :

- $N$  = Jumlah sampel  
 $Z_2$  = Tingkat kepercayaan 95%  $z = 1,96$   
 $Moe$  = *Margin Of error* yaitu tingkat kesalahan maksimal yang dapat di toleransi, ditentukan sebesar 10%

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

$$n = 96,04$$

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah 96 responden. Adapun metode penetapan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, kriteria tersebut antara lain:

1. Responden yang membeli dan menggunakan produk di Dhelitha Gordyn.
2. Responden berusia minimal 18 tahun.

## 2. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* karena peneliti menyebarkan angket/kuesioner kepada setiap konsumen Toko Dhelitha Gordyn Printing yang datang.

Menurut (Sugiyono:2016:124) *Sampling Insidental / Accidental Sampling* adalah “teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

## C. Variabel Dan Definisi Operasional

### 1. Variabel Penelitian

Dalam bukunya Sugiono (2013: 59) mengartikan variabel penelitian sebagai “segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulan”. Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel, yaitu:

- a. Variabel bebas (*Independent Variable*)
- b. Variabel terikat (*Dependent Variable*)

## 2. Definisi Operasional

Operasional disini menggambarkan variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian untuk memberikan kesimpulan tentang batasan dan ruang lingkup penelitian, dari analisis variabel tersebut harus didefinisikan secara operasional, berikut ini penjelasannya:

### a. Kepuasan pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah menggunakan layanan. Ekspektasi konsumen biasanya berupa evaluasi atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan mereka alami saat menggunakan suatu layanan, sebagai lawan dari kinerja yang dirasakan setelah menggunakannya. Dengan indikator: 1) Keselarasan Harapan, 2) Efektivitas Review, dan 3) Bimbingan

### b. Kualitas Produk ( $X_1$ )

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut meliputi daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan penggunaan, dan fitur penting lainnya yang bebas dari kesalahan dan akurasi. Dengan indikator: 1) gaya, 2) fitur, 3) efisiensi, 4) kualitas rasa, 5) daya tahan, 6) keandalan, 7) kemudahan pembuatan, 8) gaya, 9) desain.

### c. Harga ( $X_2$ )

Penetapan harga merupakan salah satu faktor yang menyeleksi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Saat memilih di antara produk yang ada, konsumen akan mempertimbangkan harga yang tidak mutlak, tetapi akan membandingkan beberapa kriteria penetapan harga sebagai faktor dalam proses lelang. Indikator yang diukur adalah: 1) Ketersediaan harga, 2) Konsistensi harga dengan kualitas produk, 3) Konsistensi harga, dan 4) Konsistensi harga dengan manfaat.

### d. Lokasi ( $X_3$ )

Lokasi merupakan salah satu faktor terpenting dalam keputusan pembelian, karena lokasi merupakan faktor penentu. Dengan indikator: 1) Aksesibilitas, 2) Visibilitas, 3) Jarak, dan 4) Tempat Parkir.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013: 193),

“ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas data penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian, dan kualitas data. Kualitas instrumen penelitian mengacu pada validitas dan reliabilitas instrumen dan efisiensi pengumpulan data berkenaan dengan validitas metode pengumpulan data. Dengan demikian, suatu instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, jika perangkat tersebut mengalami malfungsi dalam pengumpulan data”.

Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dapat dipeloreh dari beberapa sumber, sumber ini dapat diperoleh melalui :

1. Study Kepustakaan (*library research*)
2. Penelitian Lapangan (*field research*)
  - a. Angket (kuesioner)

Kuesioner merupakan “teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya” (Sugiyono, 2017: 142). Menurut Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman (2011: 25), “kuesioner merupakan satu teknik pengumpulan data dalam bentuk pengajuan pertanyaan tertulis melalui sebuah daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya, dan diisi oleh responden”. Angket dalam penelitian ini terdiri dari pertanyaan yang dibagikan kepada responden dan dipergunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan variabel variabel Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kepuasan pelanggan.

#### E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Suharsimi Arikunto (2010: 203) adalah

“alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik dalam arti lebih baik, lengkap dan sistematis sehingga mudah diolah. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa lembar angket dan dokumentasi. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid. Dengan menggunakan instrumen valid dan reliabel dalam pengumpulan data, diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel”.

Responden memberikan tanda centang (√) pada kolom yang telah tersedia. Skor setiap alternatif jawaban yang diberikan oleh responden pada pernyataan positif (+) dan pernyataan negatif (-) adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Skor alternatif jawaban**

Alternatif jawaban	Skor untuk pertanyaan
	Positif
A= Sangat sesuai (SS)	5
B= Sesuai (S)	4
C= Ragu – ragu (RR)	3
D= Tidak sesuai (TS)	2
E= Sangat tidak seuai (STS)	1

Kisi-kisi pengembangan instrumen disusun berdasarkan teori yang telah diuraikan mengenai Variabel Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kepuasan pelanggan. Adapun kisi-kisi angket adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.Kisi-Kisi instrumen**

Definisi Operasional Variable	Indikator	Rencana item	
		No	jml
<b>Kepuasan pelanggan</b>	Kesesuaian harapan	1,2,3,4,5,6	6
	Minat berkunjung kembali	7,8,9,10,11,12,13,14	8
	Kesediaan merekomendasikan	15,16,17,18,19,20	6
	<b>Jumlah total</b>		<b>20</b>
<b>Kualitas produk</b>	Bentuk	1,2,3	3
	Fitur	4,5	2
	Kualitas kinerja	6,7	2
	Kesan kualitas	8,9	2
	Ketahanan	10,11,12	3
	Keandalan	13,14	2
	Kemudahan perbaikan	15,16	2
	Gaya	17,18	2
	Desain	19,20	2
<b>Jumlah total</b>		<b>20</b>	
<b>Harga</b>	Keterjangkauan harga.	1,2,3,4,5	5
	Kesesuaian harga dengan	6,7,8,9,10	5

Definisi Operasional Variable	Indikator	Rencana item	
		No	jml
	kualitas produk.		
	Daya saing harga.	11,12,13,14,15	5
	Kesesuaian harga dengan manfaat.	16,17,18,19,20	5
	<b>Jumlah total</b>		<b>20</b>
Lokasi	Akses	1,2,3,4,5	5
	Visibilitas	6,7,8,9,10	5
	Jarak	11,12,13,14,15	5
	Tempat parkir	16,17,18,19,20	5
	<b>Jumlah total</b>		<b>20</b>

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Pengujian Persyaratan Instrumen

#### a. Uji Validitas

Sugiyono (2016: 172) Uji validitas digunakan untuk “mengukur valid atau tidaknya suatu item kuesioner, untuk menentukan apakah suatu item layak di gunakan atau tidak. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan komputer program IBM SPSS versi 25, *Software SPSS (Statistic Product and Service Solution)*”.

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Ket : r = koefisien korelasi

x = skor item

y = skor total dari y

n = jumlah banyaknya subjek

Menurut Sugiyono (2016: 172) uji validitas dilakukan

“dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka pertanyaan atau indikator pada kuesioner tersebut adalah valid. Sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid”.

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk “mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama” Sugiyono (2011: 121).

Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan cara *one shot study* atau pengukuran sekali saja saja dengan alat bantu SPSS uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ).

$$r = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum x_{ab}^2}{a_1^2} \right]$$

Ket :  $r$  = reliabilitas instrumen  
 $k$  = banyaknya item pertanyaan atau pernyataan  
 $\sum x_{ab}^2$  = jumlah varian butir  
 $a_1^2$  = jumlah varian total

Menurut Noor (2012 : 121) “suatu konstruk/ variable dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Croanbach Alpha*  $> 0,06$ ”.

## 2. Uji prasyarat analisis

### a. Uji Normalitas data

Ini adalah “metode membangun kata-kata langsung untuk interpretasi, agar interpretasi menjadi benar, kata-kata yang digunakan untuk menafsirkan juga harus benar. Pengujian dapat dilakukan dengan uji kecocokan chi-square menggunakan Microsoft office excel”.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{O_i - E_i}{E_i}$$

(Sumber: Arikunto, 2010: 312)

Dengan :

$O_i$  = frekuensi observasi pada kelas atau interval  $i$ .

$E_i$  = frekuensi yang diharapkan pada kelas  $i$  didasarkan pada distribusi hipotesis, yaitu distribusi normal.

Kesimpulan statistik dapat ditarik dengan membandingkan nilai statistik  $\chi^2$  dengan tabel  $\chi^2$ . Jika nilai statistik  $\chi^2$  lebih kecil atau sama dengan tabel  $\chi^2$ , maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.

### b. Uji Linieritas

Linieritas adalah hubungan linier antar variabel, artinya perubahan pada satu variabel akan diikuti oleh perubahan variabel lainnya. Tujuan dari pengujian linieritas biasanya untuk menentukan apakah variabel-variabel tersebut berkorelasi atau tidak. Sebagai dasar penarikan kesimpulan dari suatu analisis linier dengan menggunakan nilai Fhitung Ftabel, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antar variabel bersifat linier.

### c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk memastikan bahwa data sampel berasal dari populasi dengan urutan yang sama. Homogenitas diuji menggunakan uji Barlett. Data berasal dari suatu populasi dengan barisan yang sama jika  $X_{2hitung} < X_{2tabel}$ .

## 3. Pengujian model Analisis

### a. Analisis Regresi Berganda

Untuk menganalisis data dalam “penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari dua variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat”. Persamaan umum regresi linier berganda adalah:

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

(Sumber: Sugiyono, 2016: 192)

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Harga

X<sub>3</sub> = Lokasi

a = Harga Konstanta (Produktifitas kerja Y bila X=0)

e = *error*

b<sub>1</sub> b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi Berganda

### b. Uji t (Signifikan Parsial)

Uji-t digunakan untuk mengetahui variabel (X) mana yang berpengaruh terhadap variabel Y. Uji-t menguji variabel bebas (X) pada suatu titik dalam variabel yang berasosiasi dengan variabel terukur (Y):

Uji T untuk variabel X terhadap Y

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\beta_1}{S\beta_1}$$

Ket:

$\beta$  : Koefisien regresi

$S\beta$  : Simpanan baku

Setelah data dianalisis dan diketahui hasil perhitungannya, selanjutnya digunakan untuk membandingkan nilai thitung dengan ttabel atau dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai thitung yang lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau lebih besar dari 0,05 tersebut. Untuk ditarik kesimpulan:

Konsepnya begini:

$H_0$  = Suatu luasan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas dalam variabel tersebut.

$H_a$  = Parsial pengaruh positif dan signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria penerimaan dan penolakan suatu gagasan:

Nilai ttabel thitung, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diperbolehkan untuk menolak hipotesis lain ( $H_a$ ).

t hitung > nilai t tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

### c. Uji f (Simultan)

Uji F digunakan untuk “menguji apakah variabel *independent* yaitu variabel ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ( $X_3$ ) dan ( $X_4$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* yaitu (Y). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F dengan menggunakan SPSS dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan 5%” adalah Agung Edy Wibowo, (2012:135) :

- 1) Jika nilai signifikan < 0,05, atau f hitung > dari f tabel maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi > 0,05, atau f hitung < dari f tabel maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Menggunakan rumus:

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (N - K - 1)}$$

Ket :

F = F hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan F table.

$R^2$  = Korelasi parsial yang ditemukan.

N = Jumlah sampel.

K = Jumlah Variabel bebas.

Dasar pengambilan keputusan pengujian:

Jika F hitung > F table maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  di tolak.

Jika F hitung < F table maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  di terima.

#### d. $R^2$ (Koefisien *Determinasi*)

Uji  $R^2$  digunakan untuk mengukur proporsi varians total dari nilai-nilai Y yang diamati di sekitar mean yang dapat dijelaskan oleh garis regresi atau oleh variabel independen yang digunakan.

$$R^2 = \frac{JK_{\text{Regresi}}}{JK_{\text{Total}}} = \frac{\sum_{i=1}^n (\hat{Y}_i - \bar{Y})^2}{\sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}$$

Koefisien determinasi dalam regresi linier biasanya diartikan sebagai seberapa besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Secara sederhana, koefisien determinasi dihitung dengan menerapkan Koefisien Korelasi (R). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menentukan hubungan kompleks antara variabel bebas dan efisiensi variabel.

#### e. Hipotesis Penelitian

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya.

**Hipotesis pertama yaitu pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan pelanggan.**

$H_o: \beta_1 =$  Tidak berpengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan pelanggan.

$H_a: \beta_1 =$  Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan pelanggan.

**Hipotesis kedua pengaruh variabel Harga terhadap Kepuasan pelanggan.**

$H_o: \beta_2 =$  Tidak berpengaruh Harga terhadap Kepuasan pelanggan.

Ha:  $\beta_2$  = Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan pelanggan.

**Hipotesis ketiga pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan pelanggan.**

Ho:  $\beta_3$  = Tidak berpengaruh Lokasi terhadap Kepuasan pelanggan.

Ha:  $\beta_3$  = Terdapat pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan pelanggan.

**Hipotesis kelima pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan pelanggan.**

Ho:  $\beta_1 \beta_2 \beta_3$  = Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara simultan Tidak berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

Ha:  $\beta_1 \beta_2 \beta_3$  = Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.