

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti merupakan jenis penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Sugiyono (2018, hlm. 3) yang menyatakan bahwa “metode penelitian kualitatif terutama digunakan untuk memperoleh data yang kaya, informasi yang mendalam tentang isu atau masalah yang akan dipecahkan”. Menurut Sugiyono (2012:29) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Menurut Sugiyono (2012:55) metode verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dua variabel atau lebih.

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh pelayanan, harga, promosi, lokasi dan kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan pada Kedai Kha's Jl. Raya Simbarwaringin, Trimurjo Simbarwaringin Lampung Tengah.

C. Metode Penelitian

1. Operasional Variabel

Variable penelitian dari peneliti yang akan diteliti adalah Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Lokasi (X4) sebagai variabel *independen* dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel *dependen*.

A. Variabel Bebas / Independen (X)

a. Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2008:85).

b. Harga (X2)

Menurut Alma (2011:169), harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan

suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen.

c. Promosi (X3)

Menurut Kotler dan Keller (2016:47) promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

d. Lokasi (X4)

Lokasi menurut Tjiptono (2015:345) Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

B. Variabel Terikat/ Dependen (Y)

Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya Umar (2015 : 65).

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik tertentu dan berkualitas yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian hasilnya akan ditarik kesimpulannya. Pengambilan populasi dapat dilakukan dengan metode survey sebagai teknik pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan Kedai Kha's 1435 (seribu empat ratus tiga puluh lima) diambil pada tahun 2019.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel yang menggunakan metode tertentu agar sampel mempresentasikan populasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *Accidental Sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, bila dipandang cocok sebagai sumber data. Pengambilan sampel sebanyak 60 responden dan dilakukan dengan menggunakan *Accidental Sampling* . yaitu metode

pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Jenis dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Data Primer dalam penelitian ini dari hasil wawancara dan penyebaran kuisioner kepada konsumen Kedai Kha's

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Data Sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari Kedai Kha's dan sumber lainnya seperti buku, jurnal, media

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah ;

1. Metode wawancara

Metode wawancara adalah salah satu cara yang digunakan untuk mencari data secara lisan. metode ini dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang merupakan untuk memperoleh data yang bersifat secara langsung.

2. Metode kuisioner

Metode kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab. Kuisioner merupakan pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan variable yang akan di ukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden.

Tabel 4 Nilai Dan Kategori

Jawaban	Kategori	Nilai
		Positif
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
CS	Cukup Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 5 Kisi-Kisi Kuisisioner

No	Variabel	Indikator	No. Soal
1	Pelayanan	a. Bukti Langsung	1,2,3,4
		b. Keandalan	5,6,7,8
		c. Daya Tanggap	9,10,11,12
		d. Jaminan	13,14,15,16,
		e. Empati	17,18,19,20
2	Harga	a. Keterjangkauan Harga	1,2,3,4,5
		b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	6,7,8,9,10
		c. Daya Saing Harga	11,12,13,14,15
		d. Kesesuaian Harga dengan Manfaat	16,17,18,19,20
3	Promosi	a. Sosial Media	1,2,3,4,5
		b. Ketertarikan	6,7,8,9,10
		c. Memberikan banyak potongan harga	11,12,13,14,15
		d. Pengiklanan Promosi	16,17,18,19,20
4	Lokasi	a. Akses	1,2,3,4,5
		b. Visabilitas	6,7,8,9,10
		c. Lalu Lintas	11,12,13,14,15
		d. Lingkungan	16,17,18,19,20
5	Kepuasan Pelanggan	a. Kepuasan Konsumen secara Keseluruhan	1,2,3,4,5
		b. Konfirmasi Harapan	6,7,8,9,10
		c. Minat Berkunjung Kembali	11,12,13,14,15
		d. Kesiediaan untuk merekomendasikan	16,17,18,19,20

E. Pengujian Persyaratan Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Dalam penelitian ini jumlah kuisioner sebanyak 100 instrumen pertanyaan. Suatu kuisioner dinyatakan valid jika pada pertanyaan kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Dalam pengujian instrument pengukuran pengumpulan data, uji validitas yang digunakan adalah validitas item. Pengujian Validitas ini menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Suatu pertanyaan dikatakan valid jika tingkat signifikansinya berada dibawah 0,05. Dasar Pengambilan Keputusan untuk menguji validitas butir angket. Uji validitasnya dilakukan pada setiap butir pertanyaan sehingga hasilnya jika dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df=n-k$ dan dengan $\alpha=5\%$

- a. Jika r dihitung $> r$ tabel, maka variabel tersebut valid
- b. Jika r dihitung $< r$ tabel, maka variabel tersebut tidak valid

Kriteria uji validitas instrumen ini adalah :

Menentukan nilai probabilitas (sig) pada nilai α sebesar 0,05(5%).

- a. Probabilitas (Sig) $<$ Alpha, instrument valid.
- b. Probabilitas (Sig) $>$ Alpha, instrument tidak valid.

Syarat bahwa pernyataan valid adalah:

1. Ada korelasi positif antara skor item dengan skor total.
2. Nilai r hitung $> r$ tabel dan P maksimum 0,05. Item – item yang tidak memenuhi kedua syarat tersebut atau hanya memenuhi satu syarat saja dinyatakan tidak valid atau gugur.

2. Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono (2016) uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengatur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur kehandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Uji Reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut

sudah baik. Reliabilitas menunjukkan pada tingkat keandalan (dapat dipercaya) dari suatu indikator yang digunakan dalam penelitian. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Alpha Cronbach's. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai $(\alpha) > 0,60$. Metode pengujian *Cronbach Alpha Coefficient* dengan rumus sebagai berikut :

$$R_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left[1 - \frac{\sum ab^2}{abt^2}\right]$$

Keterangan :

r_{11} = realibilitas instrument/ koefisien realibilitas

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum ab^2$ = jumlah varians butir

abt^2 = varians total

F. Persyaratan Uji Analisis

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016: 160), uji normalitas bertujuan apakah model regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) mempunyai konstribusi atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk melihat penyebaran data yang normal atau tidak karena data diperoleh langsung dari pihak pertama melalui kuesioner. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis uji statistik dan grafik. Dalam uji statistik jika *probability value* $> 0,05$, maka H_0 diterima (berdistribusi normal) dan jika *probability value* $< 0,05$, maka H_0 ditolak (tidak berdistribusi normal). Jika ada menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi mengikuti asumsi normalitas. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 21.

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilaksanakan untuk mengetahui bahwa data sampel berasal dari populasi yang mempunyai varians yang homogen. Uji homogenitas ini dilakukan dengan menggunakan uji Barlett. Data berasal

dari populasi yang memiliki varians homogen bila $X^2_{hitung} < X^2_{tabel}$. Uji homogenitas ini dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 21.

3. Uji Linieritas

Linieritas adalah sifat hubungan yang linier antar variabel, artinya setiap perubahan yang terjadi pada satu variabel akan diikuti perubahan dengan besaran yang sejajar pada variabel lainnya. Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji linieritas ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier.

G. Model Analisis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel predictor (variabel bebas), juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan independen (Ghozali dalam Masloman et al. 2014:593). Variabel independennya yaitu (pelayanan, harga, promosi dan lokasi) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini persamaan regresi linier berganda yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = konstanta

X₁ = Pelayanan

X₂ = Harga

X₃ = Promosi

X₄ = Lokasi

b₁ = koefisien regresi variabel pelayanan

b₂ = koefisien regresi variabel harga

b₃ = koefisien regresi variabel promosi

b₄ = koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan

e = *standard Error*

Analisis korelasi ganda sekaligus regresi ganda dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS versi 20. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan angka probabilitas. Jika angka probabilitas hasil

analisis $\leq 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis kerja (H_a) diterima.

2. Uji T

Uji T dimaksudkan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel bebas yang lain tidak berubah. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- H_0 diterima jika nilai hitung statistik uji (t hitung) berada di daerah penerimaan H_0 , dimana atau atau nilai $\text{sig} > \alpha$
- H_0 ditolak jika nilai hitung statistik uji (t hitung) berada di daerah penolakan H_0 , dimana atau atau nilai $\text{sig} < \alpha$

Bila hasil pengujian statistik menunjukkan ditolak, berarti variabel-variabel independennya yang terdiri dari kecerdasan emosional, etos kerja, iklim organisasi dan tunjangan kinerja secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja personil. Tetapi apabila diterima, berarti variabel-variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja personil.

3. Uji F

Pengujian yang dilakukan ini adalah dengan uji parameter b (uji korelasi) dengan menggunakan uji F statistik. Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat digunakan uji F. Distribusi F ini ditentukan oleh derajat kebebasan pembilang dan penyebut, yaitu k dan $(n-k-1)$. Untuk uji F, kriteria yang dipakai adalah:

- H_0 diterima bila $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$, artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- H_0 ditolak bila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil

menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.

Klasifikasi koefisien korelasi tanpa memperhatikan arah adalah sebagai berikut:

0	: Tidak ada Korelasi
0 s.d. 0,49	: Korelasi lemah
0,50	: Korelasi moderat
0,51 s.d.0,99	: Korelasi kuat
1,00	: Korelasi sempurna

5. Hipotesis Statistik

Menurut (Sumadi Suryabrata, 2000 : 69). Hipotesis adalah pernyataan mengenai keadaan parameter yang akan diuji melalui statistik sample. Parameter dapat berupa proporsi, varians, ataupun yang sering diuji yakni rerata. Setelah itu baru diperhatikan bentuk atau macam hipotesis alternative, apakah “*two-tailed*” atau “*one-tailed*” tergantung bunyi pernyataan pada hipotesis penelitian pada akhir bab II. Penulisan Hipotesis nol tetap sama dengan nol sepanjang tidak atau belum ada teori yang menyatakan $>$ atau $<$ nol.

1. Pengujian Pengaruh X_1 terhadap Y

$H_0 : X_1 Y_1 \leq 0$ tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

$H_1 : X_1 Y_1 > 0$ ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

2. Pengujian Pengaruh X_2 terhadap Y

$H_0 : X_2 Y_1 \leq 0$ tidak ada pengaruh antara Harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

$H_1 : X_2 Y_1 > 0$ ada pengaruh antara Harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

3. Pengujian Pengaruh X_3 terhadap Y

$H_0 : X_3 Y_1 \leq 0$ ada terdapat pengaruh antara Promosi (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

$H_1 : X_3 Y_1 > 0$ ada pengaruh antara Promosi (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

4. Pengujian Pengaruh X_4 terhadap Y

$H_0 : X_4 \rightarrow Y_1 \leq 0$ ada pengaruh antara Lokasi (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

$H_1 : X_4 \rightarrow Y_1 > 0$ ada pengaruh antara Lokasi (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

5. Pengujian Pengaruh X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap

$H_0 : X_1, X_2, X_3, X_4 \rightarrow Y_1 \leq 0$ tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), Lokasi (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

$H_1 : X_1, X_2, X_3, X_4 \rightarrow Y_1 > 0$ ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), Lokasi (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y)