

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, metode ini dikatakan sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah, yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut dengan metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini menggunakan data-data angka yang dianalisis menggunakan *statistic* (Sugiono, 2019).

Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan dengan metode survey, metode survey adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan Kuisisioner, *test*, wawancara terstruktur, dan sebagainya (Sugiono, 2019).

B. Tahapan Penelitian

1. Teknik Sampling

a. Populasi

Populasi adalah kumpulan individu atau obyek penelitian yang memiliki kualitas serta ciri-ciri yang ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pegamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan minimarket alfamart. Agar data yang diperoleh benar-benar valid peneliti menggunakan populasi pada pelanggan yang menggunakan "kartu AKU" alfamart. Kartu AKU

Adalah kartu member yang pertama kali diluncurkan Alfamart pada tahun 2005. Dengan Kartu AKU, Member akan dapat memperoleh manfaat dan berbagai macam keuntungan serta promo-promo menarik yang tidak dapat diikuti oleh pelanggan lain yang bukan merupakan member Kartu AKU. Kartu AKU berlaku Nasional di Alfamart seluruh Indonesia. Dengan asumsi pelanggan yang menggunakan kartu AKU adalah pelanggan yang loyal pada minimarket Alfamart.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2012:109). Jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Malhotra (2015:368-369), bahwa jumlah sampel / responden dengan populasi yang tidak terbatas paling sedikit empat atau lima kali jumlah item yang diteliti. Dalam penelitian ini digunakan 17 item indikator ($17 \times 5 = 85$). Jadi dalam penelitian ini mengambil sampel sebanyak 85 responden dari pelanggan Alfamart di Kota Metro. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang peneliti gunakan termasuk ke dalam kelompok probability sampling, artinya “teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel). Peneliti menggunakan teknik pengambilan sample yakni teknik simple random sampling adalah “teknik pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa

memperhatikan strata yang ada pada populasi itu.” (Rakhman 2011,79)

C. Definisi Operasional Variabel

A. Kualitas produk (X1)

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Menurut Crosby (2019), kualitas produk adalah produk yang sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standart kualitas yang telah ditentukan. Garvin (2017) telah mengungkapkan adanya delapan dimensi kualitas produk yang bisa dimainkan oleh pemasar.

B. Kualitas pelayanan (X2)

Roger (2015:157) mendefinisikan kualitas sebagai kecocokan penggunaan yang artinya barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan. Garvin (2017:41) menyatakan, bahwa kualitas adalah kondisi dinamis lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

C. Emosional (X3)

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan

cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu.

D. Harga (X4)

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat bauran pemasaran / marketing mix (4P = *product, price, place, promotion* / produk, harga, distribusi, promosi). Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.

Untuk mengukur variabel-variabel diatas, dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Penjabaran operasional variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut:

Tabel. 3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Butir Angket Kuesioner
1	Kualitas Produk (X1)	a. Produk yang menghasilkan manfaat	1,2,3,4,5
		b. Produk melaksanakan fungsinya	6,7,8,9,10

		c. Produk yang memuaskan	11,12,13,14,15,
		d. Kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen	16,17,18,19,20
2	Kualitas Pelayanan (X2)	a. Bentuk fisik	1,2,3,4,5
		b. Keandalan	6,7,8,9,10
		c. Ketanggapan	11,12,13,14,15,
		d. Jaminan dan kepastian	16,17,18,19,20
3	Emosional (X3)	a. Keyakinan	1,2,3,4,5,6,7
		b. Kepuasan	8,9,10,11,12,13
		c. Kebanggaan	14,15,16,17,18,19,20
4	Harga (X4)	a. Harga yang ditawarkan terjangkau	1,2,3,4,5
		b. Konsisten harga tidak berubah	6,7,8,9,10
		c. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	11,12,13,14,15,
		d. Harga dapat bersaing dengan produk sejenis	16,17,18,19,20
5	Kepuasan Pelanggan (Y)	a. Kualitas Produk yang dihasilkan	1,2,3,4,5
		b. Kualitas pelayanan yang diberikan	6,7,8,9,10
		c. Harga produk	11,12,13,14,15,
		d. Keyakinan dan kebanggaan pada produk	16,17,18,19,20

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Kuisisioner

Definisi kuisisioner menurut Sugiyono (2019:142) kuisisioner merupakan “teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sedangkan angket menurut Irawan Soehartono (2018:65) adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh informan. Dengan kuisisioner peneliti dapat mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan informasi atau data yang relevan dengan tujuan penelitian. Kuisisioner dilakukan dan diberikan kepada pelanggan Alfamart Kota Metro yang menggunakan *kartu AKU* Alfamart.

b. Wawancara

Menurut Irawan Soehartono (2018:67): “wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpul data) kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam.” Sedangkan Sugiyono (2019:137) mengungkapkan: “wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih dalam dan jumlah respondenya sedikit atau kecil”. Wawancara akan dilakukan pada minimarket Alfamart Kota Metro dan pelanggan Alfamart.

c. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2012:206) dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti dan sebagainya.

Menurut Guba dan Lincoln (dalam Moleong 2012:161) dokumentasi adalah setiap bahan tertulis atau film dari record yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan dari seorang penyelidik. Dari beberapa pengertian di atas dapat ditarik pengertian bahwa metode dokumenter adalah merupakan pengumpulan data yang diperoleh dari berbagai catatan atau arsip penting. Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang segala penjelasan, serta menunjang validitas dan efektifitas dalam pengambilan data, yakni struktur sejarah, sumber daya manusia, dan sebagainya.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Suryabrata (2018:60) mendefinisikan uji validitas yaitu sejauh mana suatu instrument merekam/mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Secara teori terdapat tiga macam validitas instrument, yaitu validitas isi, validitas construct dan yang terakhir yaitu validitas berdasarkan kriteria. Untuk menguji validitas alat ukur dalam penelitian ini, peneliti melihat alat ukur berdasarkan arah isi yang diukur yang disebut Validitas isi (*Content Validity*).

Validitas isi menunjukkan sejauh mana item-item yang dilihat dari isinya dapat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Validitas isi alat ukur ditentukan melalui pendapat professional dalam proses telaah soal sehingga

itemitem yang tela dikembangkan memang mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. (Suryabrata, 2018:61).

Untuk menguji validitas dapat digunakan rumus korelasi *product moment* dari Arikunto (2012:146) sebagai berikut:

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

Dimana:

r = koefisien korelasi

n = banyaknya sampel (amatan)

x = skor item (pertanyaan)

y = jumlah skor total

Sugiono (2017) dalam penelitian Rahmawati (2015) menyatakan bahwa item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasinya yang tinggi menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r=0,3$. Dengan demikian apabila korelasi antara butir dengan skor total $< 0,3$ maka butir dalam instrument tersebut tidak valid. Untuk selanjutnya hasilnya dibandingkan dengan nilai kritis pada tingkat signifikan 5% ($\alpha=0,05$).

Dengan ketentuan jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis, maka alat ukur tersebut dikatakan valid.

1. Uji reliabilitas

Pengujian reliabilitas terhadap hasil skala dilakukan bila item-item yang terpilih lewat prosedur yang terpilih melalui analisis item diatas telah dokomplikasi menjadi satu. Reliabilitas mengacu kepada konsistensi atau kepercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran (Azwar, 2010).

Untuk mengukur reliabilitas dapat digunakan rumus koefisien reliabilitas *alfa cronbach* dari (Lupiyoadi, 2011:202) sebagai berikut:

$$r = \left\{ \frac{K}{K-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\delta_1^2} \right\}$$

Dimana:

R = reliabilitas instrument

K = banyaknya butir pertanyaan (quisioner)

$\sum \delta_b^2$ = jumlah varian butir

δ_1^2 = varian total

Secara statistik angka korelasi yang diperoleh dibandingkan dengan angka kritis table korelasi nilai. Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach'alpha* > 60% (0.60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel.

F. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dimaksudkan untuk mengetahui normalitas masing-masing variabel. Pengujian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* Test. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Model regresi yang baik adalah distribusi data interval atau mendekati normal.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Menguji hipotesis digunakan alat analisis regresi berganda merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan suatu atau lebih variabel independen (Ghozali, 2011:95). Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan menggunakan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

dimana :

Y	= Kepuasan Pelanggan
α	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien regresi
X1	= Kualitas produk
X2	= Kualitas Pelayanan
X3	= Emosional
X4	= Harga
ϵ	= Standar error

G. Pengujian Hipotesis

1. Uji signifikansi Parsial (T-test)

Uji signifikansi parsial (t-test) digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Kriteria untuk menerima (*fail to reject*) atau menolak (*reject*) H_0 adalah dengan membandingkan p-value dari masing-masing variabel bebas dengan tingkat signifikansi (α). Tingkat signifikansi yang dipilih sebagai kriteria adalah 0,05. Jika p-value lebih besar dari 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Jika sebaliknya maka variabel bebas tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat. Untuk menjelaskan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat digunakan t-statistic masing-masing variabel bebas yang dihasilkan dari regresi model. Jika t-statistic < 0 menunjukkan hubungan yang berlawanan (negatif), sebaliknya t-statistic > 0 menunjukkan hubungan yang searah (positif).

2. Uji signifikansi simultan (F-test)

F-test digunakan untuk menguji pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama tanpa memperhatikan tingkat pengaruh dari setiap variabel bebas secara individual. Kriteria

untuk menerima (*fail to reject*) atau menolak (*reject*) H_0 adalah dengan membandingkan $\text{Prob} > F$ output dari F-test dengan tingkat signifikansi (α). Tingkat signifikansi yang digunakan sebagai kriteria adalah sama dengan yang digunakan dalam uji parsial yakni 0,05. Jika $\text{Prob} > F$ lebih besar dari 0,05 maka variabel bebas secara bersama-sama tidak signifikan (*jointly insignificant*) mempengaruhi variabel terikat. Jika sebaliknya maka variabel bebas secara bersama-sama signifikan (*jointly significant*) mempengaruhi variabel terikat.

3. Koefisien determinansi (R^2)

Koefisien determinansi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghazali, 2011:11).

H. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistic adalah: salah satu bagian yang sangat penting pada penelitian kuantitatif. Dugaan sementara atau asumsi sementara dapat diartikan sebagai: hipotesis.

Berikut Rumus Hipotesis:

$H_0 = 0$ (tidak ada pengaruh antara X terhadap Y)

$H_a = 0$ (ada pengaruh antara X terhadap Y)