

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh dan gejala variabel yang diteliti, dimana peneliti secara langsung ke objek penelitian untuk melakukan pengamatan dan menganalisis konsumen Labbaik Chiken di Kota Serang. Dalam pelaksanaan penelitian ini akan digunakan penelitian deskriptif kausal. Seperti yang dikatakan Arikunto dalam bukunya bahwa “Penelitian deskriptif dilakukan dengan maksud untuk mendeskripsikan (melukiskan) suatu fakta lapangan secara sistematis, sedangkan kausalitas sebagai suatu langkah untuk mengevaluasi hubungan antar variabel yang diteliti dalam bentuk pengujian hipotesis”.¹

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif :

a. Data Kuantitatif

Yaitu data yang diperoleh dari perusahaan yang dapat dibuktikan dengan angka-angka yang akan diolah dan dianalisa sesuai dengan metode analisis sehingga dapat terlihat hasilnya.

¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), h.41

b. Data Kualitatif

Yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang berkepentingan berupa data lisan dengan penjelasan mengenai pembahasan.

2. Tipe Skala Pengukuran Data yang Digunakan

Menurut Moh. Nazir, “Teknik membuat skala adalah

Cara mengubah fakta-fakta kualitatif (atribut) menjadi suatu urutan kuantitatif (variabel)”. Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah Ordinal, dimana data ordinal adalah data yang diperoleh dengan cara kategorisasi atau klasifikasi tetapi diantara data tersebut terdapat hubungan, contoh: kepuasan pelanggan diklasifikasi sebagai sangat puas diberi tanda 1, puas diberi tanda 2, cukup puas diberi tanda 3, tidak puas diberi tanda 4, sangat tidak puas diberi tanda 5.²

3. Sumber Data

Menurut Duwi Priyatno :

Data adalah sesuatu yang digunakan atau dibutuhkan dalam penelitian dengan menggunakan parameter tertentu yang telah ditentukan³.” Misalnya, data jumlah penduduk, data sikap konsumen, dll.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder :

² Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h.42

³ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: Media Kom, 2010), h.7

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui observasi dan wawancara dari kuesioner yang disebarakan. Data tersebut berupa tanggapan konsumen terhadap beberapa layanan produk Labbaik Chiken di Kota Serang.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian berupa dokumen atau laporan-laporan, berupa gambaran umum lokasi penelitian dan data lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

C. Metode Pengumpulan Data

Untuk melaksanakan penelitian ini, maka diperlukan adanya data atau informan baik dari dalam usaha yang diteliti maupun dari luar usaha atau objek penelitian itu sendiri. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sekunder yang kemudian diolah kembali dengan menggunakan metode penjelasan (*Explanatory Research*). Sedangkan menurut Singarimbun dan Effendi mengemukakan bahwa :

Menurut Arikunto Penelitian Penjelasan (*Explanatory Research*) adalah “Penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis”.⁴

⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, ... , ...*, h.72-72

Adapun metode penelitian yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian dilakukan pada usaha yang bersangkutan untuk memperoleh data dengan cara:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung mengenai pelayanan karyawan dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada bisnis waralaba, kemudian data tersebut akan dianalisis untuk dapat dituangkan dalam uraian tertulis. M Iqbal dalam bukunya berpendapat bahwa “Observasi adalah penelitian yang dilakukan dengan pengamatan baik secara berhadapan langsung maupun secara tidak langsung yang dilakukan oleh peneliti”.⁵

b. Wawancara

Wawancara adalah bentuk penelitian yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan yang disampaikan secara lisan oleh peneliti kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan kepentingan penelitian untuk memperoleh data.

c. Kuesioner

Yaitu cara pengumpulan data dengan memberikan data atau menyebarkan daftar berupa pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk ditanggapi dan hasilnya akan diolah kembali.

⁵ M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), Edisi kedua, h.267-268

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca dan mencari informasi dari beberapa buku literatur, artikel dan sebagainya untuk mengumpulkan sumber-sumber informasi tambahan yang berhubungan dengan penelitian.

D. Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiono adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.⁶

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Data yang diambil adalah dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Menurut Saifuddin Azwar sampel adalah bagian dari populasi atau bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁷. Jadi objek pada populasi diteliti, hasilnya kemudian dianalisis, disimpulkan dan kesimpulan itu berlaku untuk seluruh populasi.

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan populasi adalah konsumen pada Labbaik Chiken di Kota Serang yang kemudian ditarik sejumlah sampel, yaitu sebagian populasi yang akan diteliti dan dianggap representatif untuk mewakili populasi. Dimana berdasarkan data yang diolah, bahwa tingkat kedatangan konsumen selama satu bulan penuh pada bulan (Desember) Tahun (2016) adalah 905

⁶Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2004), Cetakannya keenam, h.73

⁷Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), h.79

konsumen. Untuk menentukan besarnya sampel, penulis menggunakan rumus Burhan Bungin:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel yang akan digunakan

N = Jumlah populasi reponden (Konsumen)

d = Nilai presisi (0,1)

$$n = \frac{905}{905(0,1)^2 + 1} = 90,0$$

$$n = 90 \text{ (sampel)}^8$$

Tidak ada aturan yang pasti berapa banyak sampel agar dapat mewakili populasi, akan tetapi secara umum dapat dikatakan bahwa semakin besar sampel kemungkinan dapat mencerminkan populasi. Untuk tehnik penarikan sampel penulis menetapkan secara simple *Random Sampling* atau sampel acak dimana menurut Arikunto bahwa sampel acak adalah “Penelitian yang mencampur subyek-subyek di dalam populasi sehingga semua subyek dianggap sama, maka setiap subyek memperoleh kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel”.⁹

⁸ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), edisi pertama, h.105

⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian,*, h.177

E. Pengujian Instrumen Penelitian

1. Skala Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini data yang tersedia dalam bentuk skala ordinal akan diukur dengan menggunakan skala Likert. Dimana dalam skala Likert, responden akan diberikan pertanyaan-pertanyaan dengan beberapa alternatif jawaban yang dianggap oleh responden sangat tepat. Data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan bobot hitung 1 sampai 5, dengan kategori :

1. Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi bobot 1
2. Jawaban TS (Tidak setuju) diberi bobot 2
3. Jawaban N (ragu-ragu) diberi bobot 3
4. Jawaban S (setuju) diberi bobot 4
5. Jawaban SS (sangat setuju) diberi bobot 5

Prosedur penilaian diatas adalah yang paling umum digunakan dimana semua jawaban diberi bobot dan kemudian ditambahkan untuk mendapatkan suatu jumlah.

2. Uji Validitas

Instrument penelitian yang dianggap valid adalah suatu instrumen yang benar-benar mampu mengukur variabelnya. Danang S berpendapat bahwa “Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidak nya suatu kuesioner. Kuesioner valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang

akan diukur oleh kuesioner tersebut”¹⁰. Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mampu mengukur apa yang perlu diukur. Suatu alat ukur yang validitasnya tinggi akan mempunyai varian kesalahan yang kecil atau dengan kata lain test tersebut menjalankan ukurannya dengan memberikan hasil yang sesuai dengan maksud test tersebut.

Untuk mengetahui apakah instrumen tersebut valid, maka digunakan uji validitas dengan menggunakan analisis kesalahan butir, dengan tehnik korelasi *product moment* atau yang biasa disebut momen tangkar yang mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Uji validitas diperoleh dengan cara mengkorelasikan tiap skor item dengan skor item tiap variabel. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan sebesar 0,3 atau lebih ($r \geq 0,3$) maka instrumen tersebut dianggap valid.

3. Uji Reliabilitas

Penerapan uji ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsisten instrumen dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid, guna mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang

¹⁰ Danang S, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, (Jakarta: PT. Buku Kita, 2009), h.67-68

sama. Instrumen dapat dikatakan andal (*reliable*) apabila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih ($\alpha \geq 0,6$). Adapun untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian, maka dapat digunakan rumus *crobach alpha*. Pengukuran reliabilitas hanya dapat dilakukan apabila semua item sudah teruji valid. Dengan menggunakan *crobach alpha* menggunakan *software* SPSS versi 17,0. Selanjutnya hasil tersebut dibandingkan dengan kriteria, yaitu nilai $\alpha \geq r$ tabel, maka instrumen tersebut *reliable* dan dapat dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

4. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

“Korelasi sederhana adalah suatu bilangan yang menyatakan sifat arah dan kekuatan nisbah asosiatif antara dua variabel”.¹¹ Pada penelitian ini rumus koefisien yang digunakan adalah korelasi person (*Person Corellation*) atau r , dimana korelasi ini digunakan pada analisis korelasi sederhana untuk variabel interval/rasio.

Rumus:

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

Di mana :

r = Koefisien Korelasi Sederhana

n = Jumlah Sampel

X = Skor Total Variabel X

Y = Skor Total Variabel Y

¹¹Prpto Yuwono, *Pengantar Ekonometri*, (Yogyakarta: Andi, 2005) h.78

Tabel 3.1
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi
Terhadap Koefisiensi Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

5. Uji Determinasi

Untuk mengetahui pengaruh perubahan dari variabel X terhadap variabel Y, maka digunakan koefisien determinasi yaitu suatu bilangan yang merupakan bentuk kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Koefisien ini disebut koefisien penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen.

Adapun rumus koefisien determinasi adalah :

$$KD = r^2 \times 100\% / r^2 = 1 = \frac{\sum e^2}{\sum y^2} \times 100\%$$

6. Uji t

Uji t (t-test) dilakukan untuk menghitung dan membuktikan apakah koefisien korelasi secara statistik signifikan atau tidak. Uji ini dilakukan untuk menguji koefisien korelasi yang ada pada sampel untuk diberlakukan pada seluruh populasi dimana sampel diambil.

Uji t merupakan uji hipotesis yang dilakukan dengan cara membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Sedangkan t tabel dapat dicari didalam tabel t dengan huruf df (*degree of freedom*) = n^2 dan taraf signifikan 5% dengan kesimpulan hasil uji sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig\ t < 0,005$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tidak $Sig.\ t > 0,005$ maka H_0 diterima dan H_a di tolak berarti tidak ada hubungan dan pengaruh antara variabel bebas yang diukur dengan variabel terikatnya.

Uji t_{hitung} dapat dilakukan dengan rumus:

$$t = r \frac{\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r)^2}}$$

7. Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana adalah suatu model ekonometri yang menyatakan nisbah kasual antara satu variabel dengan variabel lain. Menurut Sugiono “Analisis regresi digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh nilai perubahan variabel dependen, bila nilai variabel independen naik atau turun”.¹²Manfaat dari hasil analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak.

¹² Sugiono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta,2012) h. 260

Adapun regresi linear sederhana dapat dinotasikan dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Dimana:

\hat{Y} =Subyek dalam variabel dependen/ terikat yang (Brand Equity)

X = Variabel bebas /independen

a =Konstanta

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen, bila (+) arah garis naik dan bila (-) maka arah garis turun.

Selain itu untuk mencari nilai a dan b dapat dicari dengan rumus berikut:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum X) \sum xy}{n(\sum x^2) - (\sum X)^2} \quad b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

8. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model regresi linear berganda yang digunakan dalam melakukan analisis terjadi penyimpangan klasik, maka digunakan dua model klasik untuk mendeteksi ada tidaknya penyimpangan klasik tersebut.Sedangkan uji autokorelasi tidak digunakan mengingat data yang digunakan merupakan data

crosssectional, bukan data *time series* yang berpotensi terjadinya autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya, adapun dasar pengambilan keputusan :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normalitas
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

b. Heterokedastisitas

Heterokedastisitas menunjukkan timbulnya gejala kesalahan varians gangguan yang menyebabkan tidak samanya probabilitas varians independen. Cara yang dapat dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya Heterokedastisitas adalah dengan menggunakan metode *Spearman Rank Correlation*. Pembuktian ini dapat dilakukan dengan cara meregresikan variabel-variabel bebas dengan variabel gangguannya (residual). Apabila terjadi korelasi yang signifikan antara variabel independen dengan residual menunjukkan adanya gejala heterokedastisitas dan apabila tidak ada variabel independen yang

berkorelasi signifikan dengan nilai residual berarti tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

F. Definisi Operasional Variabel

Variabel merupakan suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda/ bervariasi. Jadi, variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti yang akan dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel Independen, variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus/predictor* dan dalam bahasa Indonesia disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya variabel dependen (terikat)
2. Variabel Dependen, sering disebut sebagai variabel *output, criteria*, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Untuk memberikan fokus kajian yang lebih cermat, maka perlu dirumuskan operasi variabel penelitian sesuai dengan judul yang dipilih yaitu, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel X untuk *Kualitas Produk*, dimana variabel ini merupakan variabel bebas (*independent variable*).
2. Variabel Y untuk *Kepuasan Konsumen*, dimana variabel ini merupakan variabel terikat (*dependent variable*).

Tabel 1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator
Kualitas Produk (Variabel X)	Tindakan yang harus dilakukan dalam meningkatkan kualitas produk sehingga meningkatkan minat konsumen serta kepuasan yang maksimal	<i>Performance</i> Faster (Lebih Cepat) dan Cheaper (Lebih Murah) X ₁	1. Memberikan kecepatan dan ketetapan dalam menyajikan setiap menu hidangan 2. Memiliki harga yang relatif terjangkau serta produk berkualitas
		<i>Feature</i> (Keistimewaan Tambahan) X ₂	3. Memiliki berbagai menu hidangan yang menggoda 4. Memiliki fasilitas tambahan seperti (wifi, toilet, dsb)

		<p><i>Reliability</i> (Kehandalan)</p> <p>X_3</p>	<p>5. Memiliki rasa disetiap menu hidangan yang baik</p> <p>6. Ketrampilankaryawandalam melayani konsumen</p>
		<p><i>Durability</i> (Daya Tahan)</p> <p>X_4</p>	<p>7. Kualitas disetiap hidangan mempunyai daya tahan yang lama</p> <p>8. Menyajikan berbagai macam pilihan disetiap menu hidangan</p>
		<p><i>Conformance</i> (Kesesuaian)</p> <p>X_5</p>	<p>9. Mampu menyesuaikan setiap hidangan dengan apa yang diinginkan konsumen</p> <p>10. Memiliki berbagai macam produk yang diinginkan konsumen</p>
<p>Kepuasan Konsumen (Variabel Y)</p>	<p>Keadaannya diharapkan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kebutuhannya yang diterima oleh konsumen</p>	<p>$H < K =$ Puasan Terciptanya</p> <p>Minat Beli dan Loyalitas Konsumen</p>	<p>11. Merekomendasikan kepada orang lain</p> <p>12. Melakukan pembelian disetiap produk/menu hidangan</p> <p>13. Menggunakan jasa restoran secara rutin</p> <p>14. Melakukan pembelian</p>

			elianulang
			15. Tidak pernah bosan berkunjung
			16. Tidak terpengaruh kepada awan lain
			17. Menggunakan jasa restoran untuk setiap acara
			18. Menggunakan jasa restoran untuk keperluan lain
			19. Menggunakan sistem operasional untuk setiap pembelian
			20. Menyukai semua menu hidangan