

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

Metodelogi Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu berdasarkan hal-hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara *ilmiah*, *data*, *tujuan*, dan *kegunaan*. Cara ilmiah berarti kegunaan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional *empiris* dan sistematis rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. *Empiris* berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. *Sistematis* artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.¹

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Babus Salam, kota Tangerang kepada kelas 1 dan 2 SMA. Waktu dilaksanakan penelitian ini yaitu pada bulan Agustus 2017, Penulis memilih lokasi tersebut karena santriwan santriwati di Pondok Pesantren tersebut banyak yang membeli produk-produk dan makanan siap saji di tempat makan, supermarket, mini market, dan pusat

¹ Husen Umar, *Metode Penelitian dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Press, 2013), 22.

perbelanjaan lainnya. Selain itu juga lokasinya yang terjangkau untuk diteliti penulis.

B. Jenis Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis data kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data berupa kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

Dalam penelitian ini penulis menggunakan hipotesis asosiatif. Hipotesis Asosiatif adalah suatu pernyataan yang menunjukkan dengan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih.³ Metode penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y dimana Pengaruh Promosi sebagai variabel X dan Kepuasan Konsumen pada Makanan Siap Saji sebagai variabel Y.

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data berupa angka dalam arti yang sebenarnya, jadi berbagai operasi matematika dapat dilakukan pada data kuantitatif.

b. Sumber Data

Sumber data yang penulis gunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumbernya

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 8.

³ Sugiyono, *Statistika Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 86.

langsung melalui hasil penyebaran daftar kuisisioner atau angket kepada santri yang dijadikan sampel. Sedangkan data sekunder adalah data yang didapat dari melalui studi literatur, baik data yang diperoleh dari pondok pesantren, studi pustaka dan sumber lainnya.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumplan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Wawancara (*interview*), yaitu pengumpulan informasi dengan cara melakukan tanya jawab langsung dengan pimpinan Pesantren dan para santri tentang hal-hal yang berhubungan dengan pembahasan.
- b. Penelitian Pustaka (*Library Reasearch*) adalah penelitian dengan cara mengumpulkan beberapa landasan teori dari para ahli yang bersumber dari berbagai literatur, buku, referensi, dokumen, dan sebagainya yang berkaitan dengan objek pembahasan.
- c. Angket (*kuesioner*), yaitu teknik pengumpulan data dengan cara membagikan sejumlah daftar pertanyaan (*Kuesioner*) kepada setiap responden santri di lingkungan Pondok Pesantren. Dan untuk teknik pengukurannya menggunakan skala likert dengan memberikan skor 1-5.

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan (oniversum) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek ini

dapat menjadi sumber data penelitian.⁴ Populasi dalam penelitian ini yaitu para santri di lingkungan Pondok Pesantren Babus Salam Tangerang, dari hasil wawancara dengan salah satu pengurus Pondok Pesantren Babus Salam, jumlah santri kelas 1, 2 SMA di Pondok Pesantren berjumlah 152 orang.⁵

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.

Jika ukuran populasi N , maka setiap unit populasi mempunyai peluang $1/N$ untuk terpilih kedalam sample. Dan untuk menentukan jumlah atau besaran sampel, maka penulis menggunakan metode Slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sample

N = Jumlah Populasi

e = batas kesalahan 10 %

Dalam penelitian ini, penulis mengambil sampel :

⁴ Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian* (Jakarta : Rajawali Pers 2012), 144.

⁵ Abdul Basith, ” *Jumlah Santri* “ di wawancarai oleh Neng Euis Robiatul Awaliyah , Tangerang, Selasa 8 agustus 2017 pukul. 16:30.

$$n = \frac{152}{1 + 152 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{152}{1 + 152 (0,01)}$$

$$n = \frac{152}{1 + 1,52}$$

$$n = \frac{152}{2,52}$$

$n = 60,317$, jadi sample yang di gunakan adalah 60.

E. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau orang atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditetapkan kesimpulannya.

Variabel dalam penelitian terdiri dari dua variabel, yaitu :

1) Variabel Bebas (Independen Variabel)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain yang sifatnya berdiri sendiri. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas adalah Promosi (X) yang indikatornya meliputi :

Indikator Promosi

- a) Merek yang sangat bagus
- b) Kualitas makanannya yang sangat menarik
- c) Bonus pembelian
- d) Menjadi konsumen tetap
- e) Pengurangan dari harga yang sudah berlaku

2) Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain yang sifatnya tidak berdiri sendiri. Dalam penelitian ini variabel terikat ialah Kepuasan Konsumen (Y) .

Indikator Kepuasan Konsumen adalah :

- a) Adanya kepuasan dengan kualitas produk yang dimiliki
- b) Kepuasan pelayanannya
- c) Harganya yang ekonomis
- d) Adanya rekomendasi dari orang lain, keluarga, kerabat dan teman untuk keputusan membeli
- e) Jumlah frekuensi pembelian

F. Instrumen Penelitian

1. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini merupakan alat yang dipakai untuk pengambilan data yang diperlukan dalam penelitian tersebut. Instrumen dalam penelitian ini berupa angket yang berisi pertanyaan yang perlu dijawab dan diisi oleh responden.

Pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu dengan cara menyebarkan kuisisioner pada responden. Responden diminta melakukan mengisi kuisisioner tentang Pengaruh Promosi dan tentang Kepuasan Konsumen, dan responden ini adalah santri.

2. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen bertujuan agar penyusunan instrumen lebih sistematis, sehingga mudah dikontrol dan dikoreksi. Instrumen yang dipakai untuk menjangkau data adalah dengan menggunakan kuisisioner

yang berisi beragam pertanyaan sesuai dengan definisi operasional variabel, sub variabel dan indikator-indikatornya:

Tabel 3.1
Indikator Pertanyaan

Variabel	Indikator	Pengukuran
Promosi (X)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek yang sangat bagus 2. Kualitas makananya yang sangat menarik 3. Bonus pembelian 4. Menjadi konsumen tetap 5. Pengurangan dari harga yang sudah berlaku 	Skala Likert, dengan bobot score yaitu : 5=sangat setuju 4 = setuju 3 = Ragu-ragu 2= tidak setuju 1= sangat tidak setuju
Kepuasan Konsumen(Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kepuasan dengan kualitas produk yang dimiliki 2. Kepuasan pelayanannya 3. Harganya yang terjangkau 4. Adanya informasi dan rekomendasi dari pihak lain untuk 	Skala Likert, dengan bobot score yaitu : 5=sangat setuju 4 = setuju 3 = Ragu-ragu 2= tidak setuju 1= sangat tidak setuju

	membeli	
	5. Jumlah frekuensi pembelian	

G. Teknik Analisa Data

Untuk dapat di analisis besarnya pengaruh promsio terhadap kepuasan konsumen pada makanan siap saji, maka penulis menggunakan pendekatan statistic sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana mengestimasi besarnya koefisien-koefisien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linier, yang melibatkan satu variabel bebas sebagai alat prediksi besarnya variabel terikat.

$$Y = a + Bx + et$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

X = Promosi

a = Nilai Konstanta

b = koefisien regresi

et = eror trem

2. Uji Validitasi

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan

untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang / diganti karena dianggap tidak relevan.⁶

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Pengujiannya dapat dilakukan secara internal, yaitu pengujian dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada satu lagi secara eksternal, yaitu dengan melakukan *test retest*.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normatif haruslah terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal, maka metode alternative yang bisa digunakan adalah statistik non parametrik.

5. Koefisien Kolerasi (R)

Teknik korelasi digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dan variabel. Berikut ini dikemukakan rumus yang paling sederhana yang dapat digunakan untuk menghitung koefisien korelasi yaitu :

$$R. x. y = \frac{\Sigma XY}{\sqrt{X^2 Y^2}}$$

⁶ Husen Umar, *Metode Penelitian Skripsi*, 166.

Diketahui :

$R_{x.y}$ = Korelasi antara variabel x dengan y

$$X = x_1 - \bar{x}$$

$$Y = y_1 - \bar{y}$$

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasinya yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel berikut

Tabel 3.2

Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi Digunakan⁷

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0, 599	Sedang
0,60 – 0, 799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui berapa besarnya pengaruh antar variabel X (promosi) dan variabel Y (Kepuasan Konsumen). Yaitu suatu bilangan yang merupakan bentuk dari koefisien determinasi (r^2) yang besarnya dinyatakan dalam persentase. Sedangkan untuk mempengaruhi besarnya pengaruh faktor-faktor lain selain variabel (X) terhadap (Y) digunakan koefisien non determinasi, yaitu suatu bilangan yang dinyatakan dalam persentase dengan nilai

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 184

100% dikurangi koefisien determinasi dengan koefisien non determinasi dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$\mathbf{Kd = r^2 \cdot 100 \%}$$

7. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah koefisien regresi signifikan atau tidak. Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan membandingkan antara nilai statistik t (t_{hitung}) dan titik kritis menurut t tabel (t_{tabel})

Hipotesis yang digunakan :

$H_0 = 0$, Maka Variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel independen.

$H_1 \neq 0$, maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ H_0 diterima berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.