BAB III

Metode Penelitian

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, yang penting dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas dan dapat dengan mudah dianalisis, baik melalui rumus-rumus statistik maupun komputer. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh lokasi, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan pengaruh antara dua variabel atau lebih.[59] Peneliti menggunakan jenis penelitian asosiatif karena jenis penelitian ini memiliki tingkat yang tertinggi dibandingkan dengan jenis penelitian yang lain. Pada jenis penelitian ini nantinya akan ditemukan beberapa teori yang memberikan penjelasan, perkiraan, dan kontrol suatu gejala.

B. Populasi Dan Sampel

Populasi penelitian bukan hanya jumlah yang ada pada objek atau subjek, namun meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh

[59] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung:ALFABETA, 2016), hlm.61.

objek atau subjek tersebut.[60] Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung dengan banyak populasi tak terhingga. Populasi ditentukan dengan kriterianya yaitu konsumen warung makan yang lokasinya berada di sekitar kampus IAIN Tulungagung.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[61] Pemilihan dan pengambilan sampel merupakan hal yang sangat penting di dalam penelitian. Jika populasi besar tentunya peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan juga waktu, untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Tabel Isaac dan Michael dimana pengambilan sampel ini bergantung kepada jumlah populasi dan juga taraf signifikasi.[62] Alasan memilih teknik sampling ini karena jumlah populasi konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung belum bisa dipastikan.

Dikarenakan populasi dari konsumen warung makan sekitar kampus ini belum dapat dipastikan atau dapat dikatakan tak terhingga maka peneliti menggunakan tabel ISAC untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil, tabel ISAC dapat dilihat seperti yang ada dibawah ini:[63]

---

[60] Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 63.

[61] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* ...,hlm.120.

[62] *Ibid.*, hlm.127.

[63] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*,..,hlm.131.

Tabel 3.1
Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10 %		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	563	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Karena jumlah populasi tak terhingga dan dikehendaki kepercayaan sampel terhadap populasi 95% atau tingkat kesalahan 5%, maka jumlah sampel yang harus diambil sejumlah 349 responden.

C. Data, Jenis Data dan Skala Pengukuran

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan atau orang yang memakai data tersebut. Data primer ini diperoleh secara langsung dengan menggunakan angket yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dari konsumen ataupun pelanggan warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung

Variabel merupakan segala sesuatu yang dijadikan pengamatan dalam sebuah penelitian yang didasarkan atas sifat atau hal-hal yang dapat diobservasikan, diamati, dan didefinisikan. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi, karena adanya variabel independen atau variabel bebas. Sedangkan variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi perubahan atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen, yaitu lokasi (X1) kualitas produk (X2) dan harga (X3). Sedangkan variabel dependepen adalah kepuasan konsumen (Y).

Untuk mempermudah dalam menganalisis data kualitatif, maka digunakan alat ukur dalam bentuk Skala Likert agar data menjadi data kuantitatif. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena

sosial.[64] Pendapat responden memberikan tanda ceklist pada alternatif jawaban. Berikut adalah pilihan jawaban dengan menggunakan skala Likert.

5 = Sangat Setuju (SS) diberi skor 5

4 = Setuju (S) diberi skor 4

3 = Netral (N) diberi skor 3

2 = Tidak Setuju (TS) diberi skor 2

1 = Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang ditempuh oleh peneliti untuk mengumpulkan datanya. Metode yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian adalah mengguankan angket atau kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab sehingga peneliti mendapatkan jawaban atau tanggapan dari responden.

Instrumen penelitian biasa disebut dengan alat ukur penelitian untuk mengumpulkan data yang diinginkan. Berikut adalah instrumen penelitian dalam penelitian ini.

[64] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* ..., hlm.136.

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Item Pertanyaan
1.	Lokasi warung makan (X_1) (Menurut Fandy Tjiptono)[65]	a. Akses b. Visibilitas c. Tempat parker d. Lalu lintas e. Ekspansi f. Lingkungan g. Kompetisi h. Peraturan pemerintah	Diukur dengan menggunakan skala Linkert
2.	Kualitas produk warung makan (X_2) (Menurut Gaman dan Sherington).[66]	a. Porsi b. Penampilan c. Warna d. Bentuk e. Temperature f. Tekstur g. Aroma h. Tingkat kematangan	Diukur dengan menggunakan skala Linkert
3.	Harga makanan di warung makan (X_3) (Menurut Philip Kotler)[67]	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat	Diukur dengan menggunakan skala Linkert
4	Kepuasan konsumen (Y) (Menurut Oka A Yoety)[68]	a. Produk b. Pelayanan c. Penyampaian/delivery	Diukur dengan menggunakan skala Linkert

[65] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*)…,hlm.159.
[66] Aprilia Dewi Ratnasari dan Harti."Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lan Bistro Coffe And Resto Surabaya", *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 3:3,(Surabaya, 2014), hlm.3.
[67] Philip Kotler dan Kevin L Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*...,hlm.68.
[68] Oka A Yoety, *Customer Service Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*…,hlm.61-62.

E. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Tolak ukur dari penyusunan instrumen penelitian adalah variabel-variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti. variabel-variabel tersebut dijabarkan dengan menentukan indikator-indikator yang akan diukur. Kemudian indikator-indikator tersebut dijabarkan menjadi butir-butir pernyataan, maka perlunya untuk membuat kisi-kisi instrumen untuk memudahkan penyusunan pernyataan.

Tabel 3.3
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	No. Item
1	Lokasi (X_1) (Menurut Fandy Tjiptono)[69]	1. Akses ($X_{1.1}$)	Lokasi warung makan yang mudah dijangkau. ($X_{1.1.1}$)	1
		2. Visibilitas ($X_{1.2}$)	Lokasi dari warung makan yang mudah ditemukan. ($X_{1.2.1}$)	2
		3. Tempat Parkir ($X_{1.3}$)	Warung makan memiliki tempat parkir yang aman. ($X_{1.3.1}$)	3
		4. Lalu lintas ($X_{1.4}$)	Banyak orang yang melintas ($X_{1.4.1}$)	4
		5. Ekspansi ($X_{1.5}$)	Masih ada lahan kosong untuk perluasan usaha ($X_{1.5.1}$)	5
		6. Lingkungan ($X_{1.6}$)	Lingkungan yang mendukung ($X_{1.6.1}$)	6
		7. Kompetisi ($X_{1.7}$)	Adanya pesaing ($X_{1.7.1}$)	7
		8. Peraturan Pemerintah ($X_{1.8}$)	Ijin mendirikan usaha ($X_{1.8.1}$)	8

[69] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian) …*, hlm 159.

2	Kualitas Produk (X_2) (Menurut Gaman dan Sherington).[70]	1. Aroma ($X_{2.1}$)	Aroma makanan yang lezat ($X_{2.2.1}$)	9
		2. Porsi ($X_{2.2}$)	Porsi makanan yang disajikan sesuai dengan harapan konsumen. ($X_{2.2.1}$)	10
		3. Penampilan ($X_{2.3}$)	Makanan yang disajikan cukup menarik dan menggugah selera makan. ($X_{2.3.1}$)	11
		4. Warna ($X_{2.4}$)	Menggunakan bahan pewarna makanan yang aman ($X._{2.4.1}$)	12
		5. Bentuk ($X_{2.5}$)	Bentuk makanan yang disajikan menarik ($X_{2.5.1}$)	13
		6. Temperature ($X_{2.6}$)	Varian Temperatur ($X_{2.6.1}$)	14
		7. Tekstur ($X_{2.7}$)	Tidak keras atau terlalu lembek ($X_{2.7.1}$)	15
		8. Tingkat Kematangan ($X_{2.8}$)	Tingkat kematangan yang pas ($X_{2.8.1}$)	16
3	Harga (X_3) (Menurut Philip Kotler)[71]	1. Keterjangkauan Harga ($X_{3.1}$)	Terdapat berbagai macam pilihan harga sesuai dengan makanan yang dipesan. ($X_{3.1.1}$)	17
			sesuai dengan budget yang dimiliki oleh mahasiswa ($X_{3.1.2}$)	18
		2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas produk($X_{3.2}$)	Sesuai dengan kualitas rasa makanan yang disajikan. ($X_{3.2.1}$)	19
			Sesuai dengan kualitas penyajian ($X_{3.2.2}$)	20

[70] Aprilia Dewi Ratnasari dan Harti.”Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lan Bistro Coffe And Resto Surabaya”, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 3:3,(Surabaya, 2014), hlm.3.

[71] Philip Kotler dan Kevin L Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*…,hlm.68.

		3. Daya Saing Harga ($X_{3.3}$)	Harga yang ditawarkan lebih rendah daripada yang lainya. ($X_{3.3.1}$)	21
			Lebih berkualitas ($X_{3.3.2}$)	22
		4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat ($X_{3.4}$)	Sesuai dengan manfaat($X_{3.4.1}$)	23
			Sesuai dengan fasilitas yang diberikan ($X_{3.4.1}$)	24
4	Kepuasan Konsumen (Y) (Menurut Oka A Yoety)[72]	1. Produk ($Y_{1.1}$)	Makanan yang disajikan aman untuk dikonsumsi. ($Y_{1.1.1}$)	25
			Cara penyajian makanan yang menarik ($Y_{1.1.2}$)	26
			Cita rasa masakan yang enak ($Y_{1.1.3}$)	27
		2. Pelayanan ($Y_{1.2}$)	Sabar dalam melayani konsumen. ($Y_{1.2.1}$)	28
			Ramah dalam melayani pelanggan ($Y_{1.2.2}$)	29
			menerima kritik dan saran ($Y_{1.2.3}$)	30
		3. Penyampaian ($Y_{1.3}$)	Waktu penyajian yang cepat. ($Y_{1.3.1}$)	31
			Sopan santun dalam berbicara ($Y_{1.3.2}$)	32

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan

[72] Oka A Yoety, *Customer Service Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*…,hlm.61-62.

perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Hasil analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.

1. **Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data. Alat ukur dikatakan valid apabila alat itu mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dapat diukur dengan cara bila korelasi (*corrected item* total) setiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas, maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat.[73] Sedangkan uji reliabilitas adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.[74]

Untuk menghitung reliabilitas dengan menggunakan teknik *Alpha Croanbach.* Teknik ini dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak, bila jawaban yang diberikan responeden berbentuk skala atau jawaban responden yang menginterpretasikan penilaian sikap.[75] Kriteria suatu instrumen dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,6.

Teknik *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala 0 sampai 1. Triton berpendapat sebagaimana dikutip Sujianto, jika skala

---

[73] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0,* (Jakarta: PT. Prestasi Pustaka, 2009), hlm. 96.

[74] Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif:Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17,* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 87.

[75] *Ibid.,* hlm. 90.

deikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:[76]

1) Nilai *alpha cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
2) Nilai *alpha cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
3) Nilai *alpha cronbach* 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
4) Nilai *alpha cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
5) Nilai *alpha cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

2. Uji Normalitas Data dengan Kolmogorov-Smirnov

Uji digunakan untuk mengukur apakah data yang dimiliki berdistribusi normal ataukah tidak sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Dalam menguji normalitas, metode yang digunakan adalah metode Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai sig. atau nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka distribusi adalah normal.[77]

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinearitas.

---

[76] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0…*,hlm. 97.
[77] *Ibid.*, hlm.78.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah menguji terjadinya perbedaan varian residual pada semua pengamatan didalam model regresi. Untuk mendeteksi hesteroskedastisitas dapat dilihat dengan menggunakan uji Glejser. Tidak terdapat hesteroskedastisitas apabila:[78]

1) Jika nilai signifikasi > 0,05, maka kesimpulanya adalah tidak terjadi hesteroskedastisitas
2) Jika nilai signifikasi < 0,05, maka kesimpulanya adalah terjadi hesteroskedastisitas

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda berguna untuk menganalisis hubungan linier antara 2 variabel independen atau lebih dengan 1 variabel dependen.[79] Selain itu analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut :

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

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

X_1 = Lokasi

[78] Gujarati Damodar N and Dawn C. Porter, *Dasar–dasar Ekonometrika* ,(Jakarta: Salemba Empat, 2012).hlm.75.

[79] Duwi Priyanto, *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 1.*, (Yogyakarta: Andi, 2009), hlm. 137.

X_2 = Kualitas Produk

X_3 = Harga

B_1 = Koefisien variabel X_1

B_2 = Koefisien variabel X_2

B_3 = Koefisien Variabel X_3

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut. Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini, maka digunakan pengujian sebagai berikut :

a. Uji t (Parsial)

Uji t (koefisien regresi secara parsial) digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Y).[80] Kriteria pengujian yang digunakan, yaitu:

1) H_0 diterima apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$.
2) H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Pengujian juga dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi t pada tingkat kesalahan (α) yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan 5%). Dilihat berdasarkan signifikansi :[81]

[80] *Ibid.*, hlm.49.
[81] *Ibid.*,hlm.149.

1) Jika nilai probabilitas atau signifikansi t > 0,05, maka H_0 diterima.
2) Jika nilai probabilitas atau signifikansi t < 0,05, maka H_0 ditolak.

b. Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Kriteria pengujian yang digunakan, yaitu :

1) H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$.
2) H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Pengujian juga dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi F pada tingkat kesalahan (α) yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan 5%). Dilihat berdasarkan signifikansi :

1) Jika nilai probabilitas atau signifikansi F > 0,05, maka H_0 diterima.
2) Jika nilai probabilitas atau signifikansi F < 0,05, maka H_0 ditolak.

6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (lokasi, kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen

(kepuasan konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung).

Rumus :

$R^2 = r^2 \times 100\%$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi