

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang analisis yang secara umum memakai analisis statistik. Dalam penelitian kuantitatif pengukuran terhadap gejala yang diminati sangatlah penting, sehingga pengumpulan data dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan terstruktur (angket) yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti kemudian menghasilkan data kuantitatif.⁵⁵

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Dalam penelitian survey, suatu informasi yang dikumpulkan menggunakan kuesioner/angket. Penelitian ini digolongkan kedalam penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).⁵⁶ Penelitian ini adalah penelitian berdasarkan persepsi pelanggan untuk menganalisis pengaruh persepsi pelanggan yang berdasarkankualitas produk,

⁵⁵ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta:PTRaja Grafindo Persada, 2005),hlm.184

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Penerbit Alfabeta,2013), hlm.6

kualitas pelayanan, harga dan biaya terhadap kepuasan pelanggan Pada John's Resto Sumber Gempol Tulungagung.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang melakukan pembelian di John's Resto Tulungagung sejumlah 50 pelanggan.

2. Sampel dan Sampling Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Dalam penelitian ini sampel yang diambil ialah hanya pelanggan yang makan dan minum di John's Resto Sumber Gempol Tulungagung.

Dalam penelitian ini teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.⁵⁸ Teknik pengambilan sampel dapat digunakan

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*. (Bandung: Alfa Beta, 2015), hlm.119

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. , hlm.81

berbagai teknik. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih adalah menjadi sampel. Pengambilan sampel ini menggunakan sampling kuota yaitu teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kouta) yang diinginkan. Sehingga penelitian ini mengambil sampel sesuai dengan karakteristik yang ditentukan yaitu pelanggan yang makan/dan minum di John's Resto sumber gempol Tulungagung tersebut sebanyak 50 pelanggan yang akan dijadikan responden.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya

1. Sumber Data

a. Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik secara kuantitatif atau kualitatif yang menunjukkan fakta. Atau data dapat didefinisikan sebagai kumpulan fakta atau angka atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan.⁵⁹

⁵⁹ Ibid,.....Hlm.16

b. Sumber data

Sumber data adalah subyek dari mana asalnya data dapat diperoleh.⁶⁰ Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Yakni data yang diperoleh langsung dari perusahaan dan pelanggan/konsumen di Restoran John's Resto Sumber Gempol Tulungagung dengan menyebar angket atau kuesioner.

c. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Sumber data ini adalah sumber data pertama dimana sebuah data dihasilkan. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung kepada responden dengan memberikan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen di Restoran John's Resto Sumber Gempol Tulungagung.

d. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber data tidak langsung berupa tulisan laporan, data, pedoman, dokumentasi dan sumber-sumber lain yang menunjang laporan penelitian ini.

⁶⁰ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*, (Jakarta: PTRineka Cipta, 2002), hlm.107

2. Variabel Penelitian

Pengertian variabel adalah konstruk yang sifat-sifatnya telah diberi angka (kuantitatif) atau variabel dapat juga diartikan sebagai konsep yang mempunyai bermacam-macam nilainya. Maka variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

a. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi variabel lain (*variable dependent*). Juga sering disebut variabel bebas, *predictor*, *stimulus*, *eksogen* atau *antecedent*.⁶¹ Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Kualitas Produk(X1), Kualitas Pelayanan(X2), Harga (X3) dan Biaya (X4).

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel Terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Dalam penelitian ini variabel terikatnya(Y) adalah Kepuasan pelanggan Pada Restoran John's Resto Sumber Gempol Tulungagung.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesempatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang

⁶¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian*, hlm.10

ada dalam alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan skala likert dimana skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Fenomenal sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Untuk mengukur skor skala likert ini sebagai berikut:⁶²

- a. SS = Sangat setuju diberi skor 5.
- b. ST = Setuju diberi skor 4.
- c. N = Netral diberi skor 3.
- d. TS = Tidak setuju diberi skor 2.
- e. STS = Sangat tidak setuju diberi skor 1.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian adalah pencatatan peristiwa atau karakteristik dari sebagian seluruh elemen populasi penelitian yang dapat dilakukan dengan cara-cara tertentu. Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan pada suatu penelitian untuk mendapatkan data yang sistematis, sehingga memperoleh data yang diperlukan. Untuk mengumpulkan data mengenai hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan biaya terhadap kepuasan pelanggan/konsumen di

⁶² Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta:PT. Indeks,,2009),hlm.36

Restoran John's Resto Sumber Gempol Tulungagung., maka teknik pengumpulan data dengan koesioner/angket dan observasi langsung. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Metode angket atau kuesioner

Metode angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan pertanyaan yang ada dalam angket tersebut.⁶³ Koesioner adalah cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan berupa angket atau daftar isian kepada populasi atau sampel penelitian (responden) di Restoran John's Resto Sumber Gempol Tulungagung. Koesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah koesioner tertutup, kerana jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut telah disediakan dengan menggunakan skala likert.

b. Metode observasi

Obseravasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian, sehingga akan mendapatkan gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut. Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap kondisi lingkungan

⁶³*Ibid*.....Hlm.142

objek penelitian, sehingga akan mendapatkan gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti, disini alat yang digunakan adalah angket. Supaya instrument penelitian ini dapat berfungsi secara efektif, maka syarat validitas dan reliabilitas harus diperhatikan sungguh-sungguh.⁶⁴Jumlah instrumen penelitian ini tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti. Selanjutnya dari variabel-variabel tersebut ditentukan indikator dan kemudian dijabarkan menjadi butiran-butiran pertanyaan atau pernyataan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner/angket yang menggunakan model skala likert dengan 5 opsi jawaban. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial.⁶⁵Untuk memudahkan peneliti dalam proses pembentukan kuesioner, maka peneliti terlebih dahulu merumuskan kisi-kisi instrument penelitian sebagai berikut:

No.	Variabel	Indikator	Referensi
1.	(X1) Kualitas Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Estetika (<i>Esthetica</i>) • <i>Perceived Quality</i> • <i>Features</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Sunyoto, D, <i>Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran</i> (Yogyakarta:CAPS,

⁶⁴ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*,(Jakarta:Grafindo, 2000),hlm.123

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* .hlm. 93

			<p>2012) Hal.68</p> <ul style="list-style-type: none"> • Philip Kotler, P. <i>Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian, Jilid 2</i> (Jakarta: Erlangga, 1988) Halm.54
2.	(X2) Kualitas Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Responsive</i>(Ketanggapan) • <i>Assurance</i>(Jaminan) • <i>Tangible</i>(Fisik) • <i>Reliability</i> (keandalan) • <i>Empathy</i>(Empati) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fandi Tjiptono, Service, Kullyand satisfactio,Edisi pertama, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), Hal.111. • Philip Kotler. <i>Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi Milenium.</i> (Jakarta: PT.Prhenalindo, 2002) Hlm.38 • Catur rismiati dan bondan suratno:2001)
3.	(X3) Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Keterjangkauan harga • Harga bersaing • Kesesuaian harga dengan kualitas • Kesesuaian harga dengan manfaat 	<ul style="list-style-type: none"> • (Philip Kotler dan Gary Armstrong: 2005) • Nirwana, SE., M.M (2008). <i>Prinsip-Prinsip PemasaranJasa,Cetakan Pertama.</i>(Malang: Dioma IKAPI, 2004) Hlm.85
4.	(X4) Biaya	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya produksi • Biaya administrasi • Biaya pembelian produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Samryn A., J., Amin, <i>Analisis Biaya, Edisi II</i> (Jogyakarta: Salemba Empat,1993) Hlm,7. • Supriono,A,. & J (1995: 20)
5.	(Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Harga 	<ul style="list-style-type: none"> • Kotler Philip. &

	Kepuasan Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Service Quality</i> • Kualitas produk • Biaya 	<p>Kevin Lan Keller, K., L . <i>Manajemen Pemasaran</i>, Terjemahan Oleh Benyamin Molan, Edisi Keduabelas, Jilid 2, (Jakarta : Index, 2007) Hlm. 177.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Handi Irawan Prinsip keputusan pelanggan, Cetakan pertama. (Jakarta: Elexmidia komputindo, 2002) Hlm.37.
--	--------------------	--	--

F. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa hasil penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif. Dalam penelitian ini, data bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka atau perhitungan dan pengukuran di analisa dengan menggunakan analisa statistik sebagai berikut:

a. Uji Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda. Dalam praktik bisnis, regresi jauh lebih banyak digunakan, karena banyaknya variabel dalam bisnis yang perlu di analisis bersama, juga pada banyak kasus regresi berganda yang lebih relevan digunakan.

Pada umumnya jumlah variabel independen berkisar dua sampai empat variabel. Secara umum, data hasil pengamatan Y

dipengaruhi variabel-variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 . Jadi rumus umum dari regresi berganda ini adalah:

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

Keterangan:

Y = *Variable dependent* (Kepuasan Pelanggan)

X_1 = *Variabel independent* (Kualitas Produk)

X_2 = *Variabel independent* (Kualitas Pelayanan)

X_3 = *Variabel independent* (Harga)

X_4 = *Variabel independent* (Biaya)

a = Harga Konstanta (Harga Y bila $X=0$)

e = Standar Error

b_1, b_2, \dots = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan *variable dependent* yang didasarkan pada perubahan *variabel independent*.

Analisis regresi linier adalah hubungan secara linier antara satu *variable independent* (X) dengan *variable dependent* (Y). Analisis ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependent apakah positif atau negatif, serta untuk memprediksi nilai dari variabel dependent apabila nilai variabel independent mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio, metode

analisis ini menggunakan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*).

b. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

1) Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid jika dapat mengukur apa yang diinginkan dan mengungkap data variabel yang diteliti secara tepat. Dalam penelitian ini validitas yang digunakan adalah validitas internal, yang dicapai apabila terdapat kesesuaian antara bagian-bagian instrumen secara keseluruhan. Dalam pengujian validitas instrumen pada penelitian ini digunakan analisa butir dengan mengkorelasikan skor butir dengan skor total.

2) Uji Reabilitas

Reabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk menggunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrumen sudah baik. Realiabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen yang dapat memberi hasil, pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang terhadap gejala yang sama dengan alat pengukuran yang sama. Uji realiabilitas hanya dilakukan pada

data yang dinyatakan valid. Untuk menguji reliabilitas digunakan teknik *croanbach alpa* $> 0,60$.

c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik (*Classical assumptions*) ialah uji statistik untuk mengukur sejauh mana sebuah model regresi yang dapat disebut sebagai model yang baik. Model regresi disebut sebagai model yang baik jikalau model tersebut memenuhi asumsi-asumsi klasik yaitu normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas ialah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Pengujian normalitas data pada penelitian menggunakan uji one sample kolmogorov-smirnov yang mana dasar pengambilan keputusan sebagai berikut: Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas ialah adanya hubungan linier antara variabel independent dalam model regresi, untuk mendeteksi terjadinya multikolinieritas dilakukan

dengan melihat apakah nilai *variance inflation factor (VIF)* tidak lebih besar dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas jika:

- a) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- b) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- c) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.⁶⁶

Untuk memperkuat tidak terjadinya heterokedastisitas pada tabel *scatterplot*, maka perlu uji hipotesis yaitu menggunakan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel bebas dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai

⁶⁶Sujarweni Wiratna, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm.186-187

signifikansi antara variabel bebas dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.⁶⁷

d. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran rumusan masalah harus dibuktikan melalui data yang sudah terkumpul. Untuk menguji data, hipotesis menggunakan tingkat signifikansi ditentukan dengan $\alpha = 5\%$. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama/simultan terhadap variabel dependen menggunakan uji anova. Sedangkan untuk pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial atau individu diukur dengan menggunakan uji T (T-test) dan uji F.

1) Uji T test digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial atau untuk menguji apakah variabel independent berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependent.

Rumusan Hipotesisnya:

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

$H_a : P \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X terhadap Y)

Menurut kriteria P value:

⁶⁷*Ibid.*....Hlm.191

a) Jika $P > 5\%$ maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (H_0) atau H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependent.

b) Jika $P < 5\%$, maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) atau H_a diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2) Uji F (F-test)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama atau simultan serta untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Rumusan hipotesis statistiknya:

$H_0 : P = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap Y)

$H_a : P \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap Y)

Menurut kriteria P value:

a) Jika $P > 5\%$ maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (H_0) atau H_a ditolak.

b) Jika $P < 5\%$ maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) atau H_a diterima.

3) Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (kualitas produk, kualitas produk, harga dan biaya) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Apabila analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana, maka yang digunakan adalah *R square*. Namun apabila analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, maka yang digunakan adalah *Adjusted R Square*.