

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan ini ialah pendekatan kuantitatif. Menurut Prasetyo dan Jannah, penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang analisisnya secara umum memakai analisis statistik. Dalam penelitian kuantitatif pengukuran terhadap gejala yang diminati menjadi penting, sehingga pengumpulan data dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan berstruktur (angket) yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif.<sup>1</sup>

##### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini ialah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel

---

<sup>1</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 184

terikat (Y).<sup>2</sup> Penelitian yang dilakukan ini ialah penelitian yang mencari tahu persepsi konsumen untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen pada toko roti Syari'ah Bakery Tulungagung.

## B. Definisi Konsep dan Operasional

Penelitian menetapkan secara teoritis dan operasional mengenai variabel dan indikator yang akan diteliti yaitu definisi konsep dan operasional variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel citra merek ( $X_1$ ) secara konseptual adalah: (a) Kesan Profesional, (b) Kesan Modern, (c) Melayani semua Segmen, dan (d) Perhatikan kepada Konsumen. Dan operasionalnya sebagai berikut:

$X_{1,1}$  produk atau jasa yang diberikan memberi kesan ahli dalam bidangnya.

$X_{1,2}$  produk atau jasa yang dihasilkan mampu mengikuti perkembangan zaman.

$X_{1,3}$  produk atau jasa yang diberikan mampu melayani semua segmen.

$X_{1,4}$  produk atau jasa yang dihasilkan mampu menunjukkan rasa perhatian terhadap konsumen atas kebutuhan mereka.

---

<sup>2</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015), hal. 6

2. Variabel harga ( $X_2$ ) secara konseptual adalah: (a) keterjangkauan harga, (b) kesesuaian harga dengan kualitas, (c) daya saing harga, dan (d) kesesuaian harga dengan manfaat. Dan operasionalnya sebagai berikut:

$X_{2.1}$  penetapan harga dari perusahaan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen.

$X_{2.2}$  harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk yang diberikan sesuai dengan kualitas produk.

$X_{2.3}$  harga yang ditawarkan oleh perusahaan bersaing dengan perusahaan lain.

$X_{2.4}$  harga yang diberikan sesuai dengan manfaat produk yang diberikan.

3. Variabel kualitas produk ( $X_3$ ) secara konseptual adalah: (a) kinerja, (b) reliabilitas, (c) feature, (d) keawetan, (e) konsisten, dan (f) desain. Dan operasionalnya sebagai berikut:

$X_{3.1}$  produk yang diberikan mampu menimbulkan kepuasan konsumen.

$X_{3.2}$  produk tidak mudah memberikan rasa bosan.

$X_{3.3}$  produk yang dihasilkan memiliki rasa serta ciri khas tertentu.

$X_{3.4}$  produk yang dihasilkan tidak mudah basi.

$X_{3.5}$  produk memiliki berbagai desain yang menarik.

4. Variabel kualitas pelayanan ( $X_4$ ) adalah sebagai berikut: (a) produk-produk fisik, (b) keandalan, (c) daya tanggap, (d) jaminan, dan (e) empati.

Dan operasionalnya sebagai berikut:

- $X_{4.1}$  pelayanan yang diberikan sangat baik dan sopan.
- $X_{4.2}$  karyawan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen.
- $X_{4.3}$  pelayanan yang diberikan karyawan dengan sigap menanggapi setiap pertanyaan dan keinginan konsumen.
- $X_{4.4}$  waktu penyelesaian pesanan selalu tepat waktu.
- $X_{4.5}$  karyawan dengan sungguh-sungguh menanggapi dan mendengarkan keinginan konsumen.

5. Variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ) secara konseptual adalah: (a) kesesuaian harapan, (b) minat berkunjung kembali, dan (c) kesediaan merekomendasikan. Dan operasionalnya sebagai berikut:

- $Y_{1.1}$  konsumen merasa puas karena produk yang diberikan sesuai dengan yang diinginkan.
- $X_{1.2}$  konsumen merasa puas dengan pelayanan karena sesuai dengan harapan mereka.
- $X_{1.3}$  konsumen merasa perlu dan ingin melakukan pembelian ulang.
- $X_{1.4}$  konsumen bersedia untuk menyarankan kepada saudara, teman atau yang lain untuk membeli produk dari perusahaan ini.

## C. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>3</sup> Populasi dalam penelitian yang dilakukan ini ialah konsumen dari toko roti Syari'ah Tulungagung.

### 2. Sampel dan Sampling

Sampel merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.<sup>4</sup>

Dalam penelitian ini teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.<sup>5</sup> Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan probability sampling dengan menggunakan simple random sampling. Ciri utama dari teknik ini ialah seluruh populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Pengambilan sampel ini dilakukan secara acak dengan tidak memperhatikan strata dalam populasi.

Dalam penelitian ini jumlah konsumen pada toko roti Syari'ah Tulungagung dalam 3 bulan (April, Mei, Juni) 2019 sebanyak

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015, hal. 119 hal. 80

<sup>4</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2015), hal. 81

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*....., hal. 81

834. Untuk menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{n}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = sampel

N = populasi

E = perkiraan tingkat kesalahan (10% atau 0,1).<sup>6</sup>

Dalam penelitian ini, jumlah sampel di toko roti Syari'ah Bakery Tulungagung dari rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{834}{1 + 834 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{834}{1 + 834 (0,01)}$$

$$n = \frac{834}{9,34}$$

$$n = 89,2$$

Jadi jumlah sampel yang diperoleh adalah sebanyak 89 responden.

---

<sup>6</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perhitungan Manual dan SPSS Edisi Revisi Pertama*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama, 2013), hal 34

## D. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

### 1. Sumber Data

Menurut Husen Umr data merupakan suatu bahan mentah yang ketika diolah dengan baik melalui berbagai analisis dapat menciptakan berbagai informasi.

#### a) Data primer

Merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau erorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.

#### b) Data sekunder

Merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.<sup>7</sup>

### 2. Variabel Penelitian

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yakni variabel bebas (*independen variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

#### a) Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas (*independen variable*) adalah variabel yang menjadi sebab atau memengaruhi variabel lain (*variable dependent*).

---

<sup>7</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, ( Jakarta: Rajawali Pers,2013), hal. 42

Juga sering disebut variabel bebas, *predictor*, stimulus, eksogen atau *antecedent*.<sup>8</sup> Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), kualitas pelayanan ( $X_3$ ).

b) Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Y). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen pada toko roti Syari'ah Bakery Tulungagung (Y).

### 3. Skala Pengukuran

Dalam penelitian yang dilakukan ini menggunakan skala pengukuran likert. Menurut Sugiyono skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>9</sup> Untuk mengukur skala likert adalah sebagai berikut:

- (a) = Sangat setuju
- (b) = Setuju
- (c) = Ragu-ragu
- (d) = Tidak setuju
- (e) = Sangat tidak setuju

---

<sup>8</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi.....*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013), hal. 34

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal. 43



Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:<sup>10</sup>

No	Pilihan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## E. Teknik Pengumpulan Data dan Data Instrumen Penelitian

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk mendapatkan informasi yang benar-benarnya. Ada dua jenis data yang digunakan dalam pengumpulan data, yaitu:

#### a. Metode Kuesioner (angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik

---

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*,....., hal.93-94

beberapa orang utama di dalam organisasi yang bias terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.<sup>11</sup>

b. Metode Observasi

Observasi atau pengamata 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.<sup>12</sup>

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah data sekunder yang disimpan dalam bentuk dokumen atau file, buku, tulisan, laopran, notulen rapat, majalah, surat kabar dan lain sebagainya. Metode pengumpulan data dokumentasi digunakan dalam rangka memenuhi data atau informasi yang diperlukan untuk kepentingan variabel penelitian yang telah didesain sebelumnya.<sup>13</sup>

## 2. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena social maupun alam.<sup>14</sup> Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar

---

<sup>11</sup> Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 132

<sup>12</sup> Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hal.

<sup>13</sup> *Ibid*, hal. 104

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, ....hal. 139.

pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner/angket.

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan mendapatkan hasil yang lebih baik, cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen kuesioner dengan menggunakan likert dengan 5 opsi jawaban.

## **F. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian kuantitatif analisis data kegiatan setelah data dari keseluruhan responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan dan responden, mentabulasi dan berdasarkan variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah di sajikan.<sup>15</sup> Jadi dalam penelitian ini apabila terdapat variabel bebas lebih dari satu maka yang digunakan adalah regresi linear berganda.

### **1. Statistik Deskriptif**

Statistic deskriptif adalah cabang ilmu yang berkaitan dengan teknik pengumpulan, pengorganisasian, penyederhanaan, dan penyajian data ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami, misalnya ke dalam

---

<sup>15</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian bisnis...*, hal. 142.

bentuk tabel atau grafik ilmu penyajian data dengan menggunakan tabel atau grafik. Teknik penyederhanaan data biasanya disertai dengan penjelasan tentang karakteristik-karakteristik tertentu dari data tersebut seperti ukuran pemusatan, seperti mean, modus, median, dan ukuran penyebaran seperti simpangan baku (standar deviasi).<sup>16</sup>

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>17</sup>

Uji reliabilitas untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.<sup>18</sup> Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran ketepatan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:<sup>19</sup>

- a. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliabel

---

<sup>16</sup> Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistic 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2014), hal. 5

<sup>17</sup> Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam : Konsep dan Penerapan*, (Jakarta : Alim's Publishing, 2017), hal. 100

<sup>18</sup> *Ibid*, hal. 55

<sup>19</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2009), hal.97

- b. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliable
- c. Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliable
- d. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliable
- e. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliable

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk menilai apakah didalam sebuah model regresi linier Ordinary Least Square (OLS) terdapat masalah asumsi klasik.

#### a. Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas saling berkorelasi. Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Di antara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika *variance factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.<sup>20</sup>

#### b. Uji Heteroskedastisitas

---

<sup>20</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Pranada Media, 2005), hal. 79

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>21</sup>

#### 4. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.<sup>22</sup>

Dalam uji normalitas untuk mengetahui data tersebut berdistribusi normal, maka harus membandingkan (sig.) dengan taraf signifikan  $\alpha$ , dengan syarat:

- a. Jika (sig.)  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal
- b. Jika (sig.)  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal acak (random)

---

<sup>21</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian.....*, hal. 179

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Progam IBM SPSS 21 Edisi 7*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hal. 110

## 5. Uji Analisis Regresi Berganda

Setelah semua data penelitian dari para responden terkumpul, langkah selanjutnya yang perlu dilakukan adalah analisis data dengan regresi berganda. Uji ini digunakan untuk menganalisis hubungan dari dua atau lebih variabel penelitian.

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

Keterangan:

Y = variabel terikat (kepuasan konsumen)

a = bilangan konstanta

$b_1b_2b_3$  = koefisien korelasi berganda

$X_1$  = variabel citra merek

$X_2$  = variabel harga

$X_3$  = variabel kualitas produk

$X_4$  = variabel kualitas pelayanan

e = *errof of term*

## 6. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dengan simbol  $R^2$  merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung didasarkan pada model statistik. Definsi berikutnya menyebutkan bahwa  $R^2$  merupakan rasio

variabilitas nilai-nilai yang dibuat model dengan variabilitas nilai data asli. Dalam regresi  $R^2$  dijadikan sebagai pengukuran seberapa baik garis regresi mendekati nilai data asli yang dibuat model. Hal ini dapat diketahui dari nilai R square, dan kemudian akan disajikan dalam bentuk presentase (%) pada saat menginterpretasikannya. Untuk jumlah variabel independen lebih dari dua, lebih baik digunakan adjusted square.<sup>23</sup>

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas yaitu citra merek, harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan menjelaskan variabel terikat kepuasan konsumen. Nilai  $R^2$  bernilai besar (mendekati 1) berarti variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi mengenai apa yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat, sedangkan jika  $R^2$  bernilai kecil berarti kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Variabel bebas dikatakan berpengaruh terhadap variabel terikat bias dilihat dari keputusan yang dapat dijadikan dasar simpulan dalam uji statistik T ini adalah dengan

---

<sup>23</sup> Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik cet. 3*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2002), hal. 206-207



membandingkan nilai signifikansi hasil perhitungan dengan tingkat kepercayaan sebesar 5%. Sehingga bisa disimpulkan jika nilai signifikansi kurang dari 5% ( $\text{sig} < 5\%$ ) maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dan apabila nilai signifikansi menunjukkan lebih dari 5% ( $\text{sig} > 5\%$ ) maka dapat dikatakan bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Uji F ini digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F dilakukan secara bersama-sama untuk membuktikan hipotesis awal mengenai pengaruh variabel bebas citra merek ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), kualitas produk ( $X_3$ ), kualitas pelayanan ( $X_4$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebagai variabel terikat. Pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F table. Apabila nilai F hitung lebih besar dari nilai F table, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.