

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji teori, membangun sebuah fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi deskriptif, menaksir dan meramal hasilnya. Penelitian ini juga digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif ini digunakan oleh penulis untuk mengetahui pengaruh antar variabel dalam penelitian ini yaitu Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Minimarket Tsamaniya di Desa Lengkong Kabupaten Nganjuk.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif. Jenis penelitian asosiatif ini memiliki level tertinggi bila dibandingkan dengan penelitian deskripsi atau komparatif. Penelitian jenis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mengacu pada hubungan kausal yaitu hubungan sebab-akibat,

atau dalam matematika dinyatakan dengan “jika X maka Y”.⁶⁰ Dalam penelitian ini mencari tahu mengenai hubungan yang ditimbulkan dari variabel bebas Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Kualitas Produk (X_3) dan Lokasi (X_4), terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada Minimarket Tsamaniya di Jl. Merdeka Timur, Lengkong, Kabupaten Nganjuk. Minimarket Tsamaniya letaknya sangat strategis berada dipinggir jalan raya. Tujuan dari penelitian ini guna mengetahui apakah Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi di minimarket Tsamaniya berpengaruh terhadap kepuasan konsumen atau tidak.

C. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian

1. Populasi

Populasi 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.⁶¹ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di minimarket Tsamaniya Lengkong. Pada penelitian ini populasi bersifat *infinite* artinya jumlah populasi tidak diketahui secara pasti

⁶⁰Tokan, *Manajemen Penelitian Guru*, (Jakarta: PT Grasindo, 2016), hal. 10.

⁶¹Sugiyomo, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 80.

2. Sampel

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, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁶² Sampel dalam penelitian berjumlah 50 orang.

3. Teknik Sampling

Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁶³ Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling/sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teori *Roscoe*. Peneliti melakukan pengambilan sampel sesuai dengan pendapat Roscoe yang menyatakan bahwa bila dalam penelitian akan

⁶²*Ibid.*, hal. 81.

⁶³*Ibid.*, hal. 84.

melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Jadi karena penelitian ini terdiri dari 5 variabel (4 independen + 1 dependen), maka jumlah sampelnya dalam penelitian ini adalah $5 \times 10 = 50$ responden.

D. Sumber data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Untuk mengumpulkan data dari informasi yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data berdasarkan sumbernya yaitu data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi.⁶⁴ Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh sumber data primer dari penyebaran kuisisioner dari responden penelitian, dan wawancara dengan manajer minimarket Tsamaniya.

b. Data Sekunder

⁶⁴Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), hal. 168.

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain.⁶⁵ Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari web minimarket Tsamaniya.

2. Variabel

Dalam penelitian seorang peneliti harus menentukan satu titik yang menjadi fokus penelitian. Dalam hal ini diperoleh dua variabel sebagai berikut:

a. Variabel Independen (X)

Variabel independen disebut dengan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya variabel terikat. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini terdiri dari Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Kualitas Produk (X_3) dan Lokasi (X_4).

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau sering disebut variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen ketika melakukan pembelian di minimarket Tsamaniya Lengkong.

3. Skala Pengukuran

Pada pengumpulan data melalui angket atau kuisisioner untuk mendapat jawaban dari responden yang akan diteliti, peneliti

⁶⁵*Ibid.*, hal. 168.

menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.⁶⁶ Pada penelitian ini, skala likert yang digunakan dengan membuat bentuk jawaban dari kata “Setuju” yang terdiri dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Statement dalam skala likert diklasifikasikan sebagai berikut:

- a) Sangat Setuju (SS) diberi skor 5,
- b) Setuju (S) diberi skor 4,
- c) Netral (N) diberi skor 3,
- d) Tidak Setuju (TS) diberi skor 2,
- e) Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data:

1) Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Responden mempunyai

⁶⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*....., hal. 93.

kebebasan untuk memberikan jawaban atau respon sesuai dengan persepsinya. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada konsumen dengan menggunakan daftar pertanyaan yang menyangkut harga, kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi. Untuk menentukan nilai dari masing-masing pertanyaan yang diajukan menggunakan skala pengukuran yaitu skala likert.

2) Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.⁶⁷ Peneliti melakukan tanya jawab kepada manajer minimarket Tsamaniya, pemimpin outlet dan karyawan minimarket Tsamaniya untuk mendapatkan gambaran umum perusahaan, dan strategi perusahaan.

3) Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisisioner⁶⁸ Peneliti melakukan observasi langsung ke minimarket Tsamaniya di Desa Lengkong.

4) Dokumentasi

⁶⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*....., hal. 137.

⁶⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*....., hal. 145

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari dokumen guna mendapatkan informasi atau data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen adalah alat yang diperlukan atau digunakan untuk membantu penelitian dalam mengamati suatu fenomena untuk mengumpulkan data. Kegunaan dari instrumen penelitian adalah untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Adapun titik tolak dari penyusunan instrumen penelitian adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Dan dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah:

a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. Instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang

hendak diukur.⁶⁹ Dalam penelitian ini, kriteria Uji Validitas sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur adalah ketetapan atau keajegan alat tersebut dalam mengukur apa yang diukurinya. Artinya, kapan pun alat ukur tersebut digunakan akan memberikan hasil ukur yang sama.⁷⁰

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus alfa Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat:

Tabel 3.1
Skala Tingkat Reliabilitas

No.	Alpha	Tingkat Reliabilitas
1.	$< 0,50$	Reliabilitas Rendah
2.	$0,50 - 0,70$	Reliabilitas Cukup
3.	$0,70 - 0,90$	Reliabilitas Tinggi
4.	$> 0,90$	Reliabilitas Sempurna

c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji normalitas, uji heterokedasitas dan uji multikolinearitas.

⁶⁹ Slamet Riyanto dan Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 63.

⁷⁰*Ibid.*, hal. 75.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Untuk kriteria normalitas adalah jika nilai signifikasi hasil dari perhitungan lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka distribusinya dinyatakan normal, sebaliknya jika perhitungan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka distribusi dinyatakan tidak normal.

2. Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Regresi yang baik adalah apabila tidak terjadi heterokedasitas. Dan jika residual mempunyai variance yang sama maka disebut homokedasitas. Untuk mendeteksi apakah sebuah model terjadi heterokedasitas dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Suatu model tidak terdapat heterokedasitas apabila:

- a. Penyebaran titik-titik data yang menyebar tidak berpola.
- b. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0 (titik origin) pada sumbu Y.
- c. Mengumpulnya titik-titik data tidak hanya diatas atau dibawah saja.

3. Uji Multikolienaritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji suatu model dalam regresi apakah ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Dapat dikatakan model regresi yang baik apabila tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

d. Uji Hipotesis

Dalam uji Hipotesis terdapat 1 hipotesis yan dianalisis, yaitu:

H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas X terhadap variabel terikat Y.

H_1 : Ada pengaruh signifikan antara variabel bebas X terhadap variabel terikat Y.

Uji hipotesis yang digunakan yaitu:

1. Uji Parsial/ Uji T (T-Test)

Uji T digunakan untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh secara parsial (individual) terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengujian yaitu:

a. Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

b. Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya ada pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

2. Uji Simultan/ Uji F (F-Test)

Uji F digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersamaan), dengan tingkat signifikansi 0,05. Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan antara Harga, Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji F dapat dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig dengan kriteria pengujian yaitu:

- a. Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

e. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan kebenaran dari hipotesa penelitian. Serta analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen apakah bernilai positif atau negatif.

Persamaan umum regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Kepuasan konsumen)

X₁ = Variabel Independen (Harga)

X₂ = Variabel Independen (Kualitas pelayanan)

X₃ = Variabel Independen (Produk)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

G. Definisi Dan Konsep Operasional

Berikut ini adalah definisi dan konsep operasional yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Variabel harga (X₁)

X_{1.1} Keterjangkauan Harga

X_{1.1.1} Harga produk yang ditawarkan minimarket Tsamaniya bervariasi dan terjangkau oleh konsumen.

X_{1.1.2} Banyak sekali potongan harga di minimarket Tsamaniya.

X_{1.2} Daya Saing Harga

X_{1.2.1} Harga produk yang ditawarkan minimarket Tsamaniya memiliki persamaan dengan harga yang ditawarkan minimarket lainnya.

X_{1.2.2} Harga produk di minimarket Tsamaniya lebih murah.

X_{1.3} Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk dan Pelayanan

X_{1.3.1} Minimarket Tsamaniya menyediakan produk-produk dengan harga murah tetapi kualitasnya baik.

X_{1.3.2} Harga yang ditawarkan minimarket Tsamaniya sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan.

X_{1.4} Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

X_{1.4.1} Harga yang ditawarkan di minimarket Tsamaniya sebanding dengan manfaat yang dirasakan konsumen.

X_{1.4.2} Harga yang ditawarkan di minimarket Tsamaniya sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen.

2. Variabel kualitas pelayanan (X₂)

X_{2.1} Keandalan (*reliability*)

X_{2.1.1} Pegawai minimarket Tsamaniya sigap dalam melayani konsumen.

X_{2.1.2} Pegawai minimarket Tsamaniya dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

X_{2.2} Ketanggapan(*responsiveness*)

X_{2.2.1} Pelayanan saat di kasir minimarket Tsamaniya cepat.

X_{2.2.2} Pegawai menginformasikan atau menawarkan promo-promo yang ada di minimarket Tsamaniya.

X_{2.3} Jaminan (*assurance*)

X_{2.3.1} Merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di minimarket Tsamaniya.

X_{2.3.2} Pegawai minimarket Tsamaniya tidak pernah lupa memberikan struck belanja kepada konsumen.

X_{2.4} Empati (*empaty*)

X_{2.4.1} Pegawai minimarket Tsamaniya melayani dengan ramah/senyum.

X_{2.4.2} Pegawai minimarket Tsamaniya memberikan sapaan kepada konsumen.

X_{2.5} Berwujud(*tangibles*)

X_{2.5.1} Kondisi ruangan minimarket Tsamaniya tertata rapi dan bersih.

X_{2.5.2} Penampilan dari pegawai minimarket Tsamaniya sopan dan rapi.

3. Variabel kualitas produk (X₃)

X_{3.1} Kinerja (*Performance*)

X_{3.1.1} Produk yang tersedia di minimarket Tsamaniya sudah jelas keamanannya saat dikonsumsi

X_{3.1.2} Produk apapun yang dibutuhkan ada di minimarket Tsamaniya.

X_{3.2} Fitur (*feature*)

X_{3.2.1} Penempatan produk di minimarket Tsamaniya diurutkan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

X_{3.2.2} Minimarket Tsamaniya memiliki variasi produk sejenis dengan harga yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen.

X_{3.3} Konformasi (*conformance*)

X_{3.3.1} Produk-produk yang ada di minimarket Tsamaniya sesuai dengan standar karena telah lolos uji BPOM.

X_{3.3.2} Minimarket Tsamaniya hanya menjual produk dengan label halal.

X3.4 Daya Tahan(*durability*)

- X3.4.1 Produk yang tersedia di minimarket Tsamaniya tidak pernah berada di masa kadaluwarsa.
- X3.4.2 Semua produk minimarket Tsamaniya sudah terjamin tidak adanya kerusakan.

X3.5 Keandalan (*realibility*)

- X3.5.1 Produk yang tersedia di minimarket Tsamaniya dapat diandalkan kualitasnya.
- X3.5.2 Tidak ada kecacatan pada produk yang ditawarkan minimarket Tsamaniya.

X3.6 *Serviceability*

- X3.6.1 Tata letak produk di minimarket Tsamaniya memberikan kemudahan konsumen tertarik untuk membeli.
- X3.6.2 Minimarket Tsamaniya memiliki produk yang higienis dan tejamin kebersihannya.

X3.7 Estetika

- X3.7.1 Varian produk dan ukuran yang tersedia di minimarket Tsamaniya sudah sesuai dengan harapan konsumen.
- X3.7.2 Merek produk yang tersedia di minimarket Tsamaniya tidak ada di pasar atau toko lain.

X3.8 Persepsi terhadap Kualitas

- X3.8.1 Minimarket Tsamaniya memiliki kualitas produk yang baik sesuai dengan yang dijanjikan.

X_{3.8.2} Pelayanan minimarket Tsamaniya sangat ramah dan cepat.

4. Variabel lokasi (X₄)

X_{4.1} Akses

X_{4.1.1} Lokasi menuju minimarket Tsamaniya sangat mudah dijangkau.

X_{4.1.2} Minimarket Tsamaniya letaknya sangat strategis dekat jalan raya.

X_{4.2} Visibilitas

X_{4.2.1} Minimarket Tsamaniya dapat dilihat dengan jelas dari kejauhan.

X_{4.2.2} Minimarket Tsamaniya dapat ditemukan dengan mudah.

X_{4.3} Fasilitas Parkir

X_{4.3.1} Minimarket Tsamaniya menyediakan lahan parkir yang cukup luas.

X_{4.3.2} Tempat parkir di minimarket Tsamaniya sangat aman.

X_{4.4} Ekspansi

X_{4.4.1} Minimarket Tsamaniya mempunyai ukuran bangunan yang cukup luas.

X_{4.4.2} Konsumen leluasa bergerak di dalam minimarket.

X_{4.5} Lingkungan

X_{4.5.1} Minimarket Tsamaniya berada didekat pusat keramaian.

X_{4.5.2} Lingkungan disekitar minimarket sangat aman.

5. Variabel kepuasan konsumen (Y)

Y₁ Harapan dan Realita

Y_{1.1} Produk yang ditawarkan minimarket Tsamaniya sesuai dengan harapan konsumen

Y_{1.2} Pegawai memberikan pelayanan baik sesuai dengan harapan konsumen

Y₂ Membeli Terus Menerus

Y_{2.1} Saya membeli terus menerus di minimarket Tsamaniya karena produk dan pelayanan yang memuaskan

Y_{2.2} Saya membeli terus menerus di minimarket Tsamaniya untuk melakukan pembelian ulang produk-produk lainnya

Y₃ Kesiediaan Merekomendasikan

Y_{3.1} Saya merekomendasikan kepada keluarga untuk berbelanja di minimarket Tsamaniya

Y_{3.2} Saya merekomendasikan kepada teman untuk berbelanja di minimarket Tsamaniya