

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan peneliti adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Analisis dalam penelitian kuantitatif bersifat statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Metode penelitian kuantitatif tepat digunakan untuk mengkaji rumusan masalah dalam penelitian ini. Pada penelitian ini fokus peneliti yaitu Pengaruh Elemen *Marketing Mix* 12P Terhadap Kepuasan Konsumen NYK *Cafe* Tulungagung.⁶⁰ Penelitian kuantitatif merupakan metode-metode menguji teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur data sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur *statistic*.⁶¹

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih yaitu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini ada dua belas variabel bebas

⁶⁰Syaiful Bahri, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2018), hal. 10

⁶¹ John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), hal. 13

yaitu *product planning* (X1), *pricing* (X2), *channels distribution* (X3), *branding* (X4), *personal selling* (X5), *advertising* (X6), *promotion* (X7), *packaging* (X8), *display* (X9), *servicing* (X10), *physical handling* (X11), dan *fact finding and analysis* (X12) dan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu konsumen NYK cafe Tulungagung.

2. Sampling dan Sampel Penelitian

a. Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah konsumen NYK cafe Tulungagung. Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui pasti, maka besar sampel yang digunakan menggunakan rumus:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = Margin of error (tingkat kesalahan maksimum adalah 10%)

Dari perhitungan rumus tersebut, dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan tersebut, diperoleh hasil sebesar 96,04 yang dibulatkan menjadi 100. Jadi, jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.⁶²

b. Sampling

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik non-probability sampling dengan jenis *Purposive Sampling*. Teknik pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*) adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu.⁶³ Teknik ini tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama untuk setiap anggota populasi yang bisa dipilih menjadi sampel. Teknik ini biasanya dilakukan karena beberapa pertimbangan seperti pengambilan sampel didasarkan atas ciri-ciri, kriteria dan karakteristik tertentu yang merupakan ciri-ciri pokok dari populasi.

Kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Pria dan wanita yang pernah membeli produk NYK cafe Tulungagung.
- 2) Berusia minimal 17 tahun. Hal itu karena pada usia tersebut sudah

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 85

⁶³ Jogyanto, *Metode Penelitian Bisnis, Edisi Ke-6*, (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2014), hal. 98

dapat berfikir secara logis dan mampu mengambil keputusan.

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dalam penelitian adalah dengan penyebaran kuisioner kepada konsumen NYK kopi Tulungagung. Data Sekunder diperoleh melalui studi literatur atau kajian pustaka seperti buku, majalah, jurnal, laporan ilmiah dan berbagai referensi yang berkaitan dengan topik penelitian yang sedang dibahas.

2. Variabel

a. Variabel Dependen

Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

b. Variabel Independen

Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah elemen markeing mix 12P yaitu *product planning* (X1), *pricing* (X2), *channels distribution* (X3), *branding* (X4), *personal selling* (X5), *advertising* (X6), *promotion* (X7), *packaging* (X8), *display* (X9), *servicing* (X10), *physical handling* (X11), dan *fact finding and analysis* (X12).

3. Skala Pengukuran

Dari kuisisioner yang telah dibagi, didapatkan data-data yang kemudian diolah untuk mencari seberapa besar frekuensi dari responden (pengunjung dan pembeli Nyk kopi) dengan menggunakan skala Likert lima jenjang. Skala Likert 5 jenjang merupakan skala yang digunakan untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap butir-butir pertanyaan kuisisioner. Pengukuran kuisisioner menggunakan skor 1-5 untuk tiap tingkat pilihan jawaban.

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = netral

4 = setuju

5 = sangat setuju

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang telah digunakan pada penelitian ini adalah kuisisioner yang telah digunakan pada penelitian sebelumnya mengenai Pengaruh Elemen *Marketing Mix* 12P Terhadap Kepuasan Konsumen NYK Coffee Tulungagung.

a. Angket/Kuesisioner

Dalam hal ini peneliti meminta responden yang merupakan masyarakat desa gedangan mengisi pernyataan mengenai pengaruh elemen 12P terhadap kepuasan konsumen.

2. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner / angket. Berikut kisi-kisi pernyataan yang akan dijadikan kuesioner untuk kemudian dibagikan kepada responden.

Tabel 3.1 Kisi-kisi Pernyataan

No.	Variabel	Pernyataan
1.	Perencanaan produk (X1)	<ul style="list-style-type: none"> - Produk Nyk Cafe memiliki rasa yang enak - Produk Nyk Cafe memiliki beberapa varian rasa yang berbeda/ciri khas - Varian produk yang ditawarkan lengkap dan bervariasi sehingga sangat menarik
2.	Harga (X2)	<ul style="list-style-type: none"> - Nyk Cafe memberikan harga dengan produk yang berkualitas - Kualitas produk yang dijual oleh Nyk Cafe sesuai dengan harganya - Nyk Cafe memiliki harga jual produk yang lebih murah dibanding dengan Coffee Shop lainnya
3.	Saluran distribusi (X3)	<ul style="list-style-type: none"> - Saluran distribusi yang diterapkan dapat memperlancar proses penjualan - Saluran distribusi mendatangkan manfaat bagi perusahaan dan konsumen - Saluran distribusi yang diterapkan memudahkan pemasaran produk
4.	Merek (X4)	<ul style="list-style-type: none"> - Logo Nyk Cafe memiliki ciri khas tersendiri - Nyk Cafe sudah dikenal banyak orang - Nyk Cafe senantiasa melakukan inovasi dalam produknya, terutama pada varian rasa
5.	Penjualan pribadi (X5)	<ul style="list-style-type: none"> - Tenaga penjual Nyk Cafe bersikap ramah kepada konsumen - Tenaga penjual Nyk Cafe memberikan informasi mengenai produk yang dijual - Tenaga penjual Nyk Cafe memberikan informasi mengenai detail produk yang ada disetiap menu
6.	Periklanan (X6)	<ul style="list-style-type: none"> - Advertising Nyk Cafe melalui media elektronik mampu menyampaikan informasi tentang Nyk cafe - Advertising Nyk Cafe Nyk Cafe melalui media elektronik mampu membujuk konsumen untuk datang ke Nyk cafe - Advertising Nyk Cafe melalui media elektronik mampu untuk memantapkan konsumen untuk membeli produk Nyk Cafe
7.	Promosi (X7)	<ul style="list-style-type: none"> - Penayangan iklan Nyk Cafe di media sosial

		<p>menarik</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penayangan iklan Nyk Cafe mudah diingat dan dipahami - Nyk Cafe menayangkan iklan-iklan yang berfungsi
8.	Pengemasan (X8)	<ul style="list-style-type: none"> - Nyk Cafe mempunyai nama merek yang mudah diingat - Nyk Cafe mempunyai logo dengan warna dan tampilan yang menarik - Nyk Cafe mempunyai tempat pengemasan yang rapi
9.	Tampilan produk (X9)	<ul style="list-style-type: none"> - Pemasangan gambar pada periklanan dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli - Pemajangan di luar toko dapat menarik perhatian konsumen untuk pembeli - Konsumen membeli produk karena keanekaragaman jenis produk
10.	Pelayanan (X10)	<ul style="list-style-type: none"> - Tenaga Penjual Nyk Cafe menanggapi keluhan pelanggan dengan segera - Pelanggan menerima pelayanan yang tepat dari tenaga penjual di Nyk Cafe - Tenaga Penjual menanggapi permintaan konsumen tentang produk dengan segera
11.	Penanganan stok produk (X11)	<ul style="list-style-type: none"> - Semua produk yang dibutuhkan konsumen tersedia di Nyk Cafe - Nyk Cafe memiliki produk yang higienis dan terjamin kebersihannya - Beberapa produk yang tersedia di Nyk Cafe tidak terdapat pada Coffee Shop lain
12.	Penemuan fakta dan analisis lapangan (X12)	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi Nyk Cafe sangat strategis karena berada di tengah kota - Nyk Cafe memiliki fasilitas yang lengkap sehingga nyaman untuk tempat berdiskusi dengan teman - Nyk Cafe memiliki kebersihan yang selalu dijaga agar konsumen yang datang selalu merasa nyaman
13.	Kepuasan konsumen (Y)	<ul style="list-style-type: none"> - Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang baik di Nyk Cafe - Harapan konsumen terpenuhi terkait dengan kualitas produk yang diberikan di Nyk Cafe - Konsumen memiliki beberapa menu favorite dari produk yang disajikan di Nyk Cafe - Konsumen merekomendasikan Nyk Cafe keteman-teman atau keluarga

Sumber : Data diolah, 2021

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dan mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung dan r tabel $(n - 2)$.⁶⁴

a) Apabila r hitung $>$ r tabel, maka valid.

b) Apabila r hitung $<$ r tabel, maka tidak valid.

2) Uji reliabilitas

Uji realibitas menunjukkan hasil pengukuran yang bisa dipercaya. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach* 0 sampai 1.⁶⁵ Dan sesuai dengan yang dikemukakan oleh Triton seperti yang dikutip oleh Sujianto “jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterprestasikan. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila memenuhi syarat dengan hasil $\alpha > 0,60$, jika hasil $\alpha < 0,60$, maka konstruk dikatakan tidak reliabel.⁶⁶

E. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul.

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan

⁶⁴ *Ibid*, hal. 168

⁶⁵ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2011), hal. 97

⁶⁶ *Ibid.*, hal. 170

mengidentifikasi Pengaruh Elemen *Marketing Mix* 12P Terhadap Kepuasan Konsumen NYK *Cafe* Tulungagung.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis regresi linier berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk meralah bagaimana keadaan atau pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Analisis regresi berganda berguna untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik dan turun) variabel dependen, apabila variabel independen sebagai prediktor terdiri dari dua variabel atau lebih dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).⁶⁷

Jadi analisis regresi beranda dilakukan apabila jumlah variabel independennya lebih dari dua. Beberapa teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikiut :

1. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan linier yang pasti antar variabel bebas pada model regresi.⁶⁸ Model regresi yang baik yakni model regresi yang tidak ada gejala korelasi antara variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas dapat dilihat pada nilai Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi gejala multikolinieritas, apabila nilai $VIF > 10$ maka terjadi gejala multikolinieritas.

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D....*, hal. 177

⁶⁸ *Ibid.*, hal. 97

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau predictor. Dalam bahasa Inggris istilah ini disebut dengan multiple linear regression.⁶⁹ Analisis regresi linier berganda ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya variabel X terhadap variabel Y, apakah variabel X tersebut berpengaruh positif atau berpengaruh negatif terhadap variabel Y.⁷⁰ Persamaan umum pada regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + b_{10}X_{10} + b_{11}X_{11} + b_{12}X_{12} + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X₁ = Perencanaan Produk

X₂ = Harga

X₃ = Saluran Distribusi

X₄ = Merek

X₅ = Penjualan Pribadi

X₆ = Periklanan

⁶⁹ Hantono Hironymus Ghodang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS*, (Medan: PT. Penerbit Mitra Grup, 2019), hal. 90

⁷⁰ Rahmi Roza, *Buku Tutorial Sistem Informasi Prediksi Jumlah Pelanggan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Berbasis Web*, (Bandung: Kreatif Industri Nusantara, 2020), hal. 55

X ₇	= Promosi
X ₈	= Pengemasan
X ₉	= Tampilan Produk
X ₁₀	= Pelayanan
X ₁₁	= Penanganan Stok Produk
X ₁₂	= Penemuan Fakta dan Analisis Lapangan
e	= error

3. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Uji koefisien determinasi (adjusted R²) merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (independen) secara serentak terhadap variabel terikat (dependen). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana, maka yang digunakan adalah nilai R Square. Namun, apabila analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, maka yang digunakan adalah Adjusted R Square.

b. Uji Simultan (uji F)

Dalam penelitian ini uji simultan atau uji F digunakan untuk menguji apakah secara simultan atau bersama-sama elemen 12P

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Uji hipotesis yang dilakukan adalah:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara simultan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

H_a : Terdapat pengaruh secara simultan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Kriteria pengujian:

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian juga dapat dilakukan dengan cara mengamati nilai signifikansi F pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 0,05). Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi F dengan nilai signifikansi 0,05, dimana syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka hipotesis teruji yang berarti variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- 2) Jika nilai signifikansi $F > 0,05$, maka hipotesis tidak teruji yang berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji Parsial (uji t)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Dalam penelitian ini ingin menguji apakah elemen 12P secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di NYK Kopi Tulungagung. Pengujian ini dilakukan dengan uji t atau t-test, yaitu membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Teknik pengambilan keputusan dalam uji t ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel dependen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis teruji yang berarti variabel dependen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian juga dapat dilakukan dengan cara mengamati nilai signifikansi t pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 0,05). Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi 0,05, dimana syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $t < 0,05$, maka hipotesis teruji yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi $t > 0,05$, maka hipotesis tidak teruji yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov untuk menguji data berdistribusi normal atau tidak.⁷¹ Dasar yang digunakan untuk pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai Asymp. Sig. (2 Tailed). Apabila nilai Asymp. Sig. (2 Tailed) $>$ dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Apabila nilai Asymp. Sig. (2 Tailed) $<$ dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang

⁷¹ Agus Purwanto, *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2017), hal. 108

memenuhi syarat adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas.⁷² Model regresi yang baik yaitu model regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan metode uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan Uji Glejser yaitu jika nilai signifikansi atau Sig (2-tailed) > 0,05 maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, dan jika nilai signifikansi atau Sig (2-tailed) < 0,05 maka terdapat masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi berkaitan dengan pengaruh observer atau data dalam satu variabel yang saling berhubungan satu sama lain. Model regresi yang baik yaitu model regresi yang terbebas dari gejala autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan beberapa metode yaitu uji Durbin Watson dan uji Run Test. Metode yang paling sering digunakan oleh peneliti adalah uji Durbin Watson, akan tetapi uji Durbin Watson memiliki kelemahan yakni jika nilai Durbin Watson terletak antara dL dan dU atau diantara $(4 - dU)$ dan $(4 - dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti apakah terjadi gejala autokorelasi atau tidak. Jika demikian, maka alternative yang baik untuk mengatasi masalah autokorelasi adalah dengan menggunakan metode uji Run Test. Dasar pengambilan keputusan uji Run Test

⁷² Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif, Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hal. 122

adalah sebagai berikut: a. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih kecil < dari 0,05 maka terdapat gejala autokorelasi. b. Sebaliknya, jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar > dari 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi.⁷³

⁷³ Sayid Syekh, *Pengantar Statistika Ekonomi dan Sosial*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2011), hal. 51