

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Adapun uraian tentang pendekatan dan jenis penelitian ini, yaitu:

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

Pada penelitian ini, menggunakan pendekatan kuantitatif. Dimana pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>75</sup>

Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya, dengan menggunakan alat analisis statistik.

Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan antar variabel penelitian (kualitas layanan, kualitas produk, *customer value*, dan konsumen), sehingga penelitian ini termasuk penelitian eksplanatori. Penelitian eksplanatori yaitu suatu penelitian untuk mencari dan menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bermaksud memberikan penjelasan hubungan kausalitas antar variabel melalui pengujian hipotesis.

---

<sup>75</sup> Sora S, "Pengertian Penelitian Kuantitatif", dalam [www.pengertianku.com](http://www.pengertianku.com) diakses pada 29 Oktober 2017

## 2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.<sup>76</sup> Kemudian hubungan yang digunakan adalah hubungan kausal yang bersifat sebab akibat.

## B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

Adapun populasi, sampling dan sampel penelitian ini, yaitu:

### 1. Populasi

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya<sup>77</sup>. Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen atau pelanggan Batik Gajah Mada yang datang secara langsung ke toko atau *showroom* di CV. Saha Perkasa Gajah Mada Tulungagung dimana berdasarkan wawancara langsung dengan Ibu Dwi Andarwati berjumlah 6.000 konsumen setiap tahun.

### 2. Sampling

Dalam pemilihan sampel penelitian, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* atau dapat dijelaskan sebagai teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur

---

<sup>76</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kkuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 84

<sup>77</sup> *Ibid.*, hal. 80

(anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel<sup>78</sup> dan mengambil *accidental sampling* sebagai teknik pengambilan sampel, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan dengan maksud siapa saja yang secara kebetulan atau *accidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>79</sup>

### 3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut<sup>80</sup>. Sampel yang akan dijadikan obyek penelitian dalam penelitian ini yaitu konsumen Batik Gajah Mada yang datang langsung ke toko atau *showroom* di CV. Saha Perkasa Gajah Mada Tulungagung sebanyak 6000 konsumen, karena keterbatasan waktu dan biaya maka peneliti membatasi jumlah sampel dengan menggunakan rumus yang secara matematis dan dengan batas toleransi kesalahan ditentukan sebesar 10%, dapat ditulis dengan:<sup>81</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad \text{dimana : } n : \text{jumlah sampel}$$

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan

$$n = \frac{6000}{1 + 6000 \times 0,1^2} = \frac{6000}{1 + 6000 \times 0,01} = \frac{6000}{1 + 60} = \frac{6000}{61} = 98,3606557377 \approx 98$$

---

<sup>78</sup> *Ibid.*, hal. 82

<sup>79</sup> *Ibid.*, hal. 85

<sup>80</sup> *Ibid.*, hal. 81

<sup>81</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 105

Berdasarkan rumus diatas, jumlah sampel sebanyak 98 orang diambil dan ditetapkan sebagai parameter dalam penelitian ini.

### **C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya**

Adapun sumber data, variabel dan skala pengukuran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Sumber Data**

Sumber data utama dalam penelitian ini menggunakan data primer.

##### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan.<sup>82</sup>

##### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.<sup>83</sup>

#### **2. Variabel**

Variabel penelitian merupakan gejala, individu, obyek, peristiwa yang bervariasi yaitu faktor-faktor yang dapat berubah atau dapat dirubah untuk tujuan sebuah penelitian baik secara kuantitatif ataupun kualitatif. Penelitian ini diidentifikasi menjadi dua variabel antara lain:

##### **a. Variabel bebas (*Independent variabel*)**

Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan *emotional factor* yang diberi simbol X.

---

<sup>82</sup> Ali Maulidi, *Teknik Memahami Statistik 1*, (Jakarta: Alim'a Publishing, 2013), hal. 7

<sup>83</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian....*, hal.173

Dimana dalam variabel bebas ini kualitas pelayanan diberi simbol  $X_1$ , kualitas produk  $X_2$  dan *emotional factor* diberi simbol  $X_3$ .

b. Variabel terikat (*dependent variabel*)

Dalam penelitian ini hanya ada satu variabel terikat kepuasan konsumen pada CV. Saha Perkasa Gajah Mada Tulungagung yang diberi simbol Y.

3. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala rasio yang dimana dalam skala rasio peneliti mengambil skala peringkat yaitu skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif samapi sangat negatif.<sup>84</sup> Jawaban dari responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan dalam penelitian ini akan diberikan tanda *ceklist* ( $\checkmark$ ) pada alternatif jawaban. Berikut ini adalah contoh pengukuran indikator dari variabel tersebut di atas:

- a. Sangat Sejutu (SS) diberi skor 5.
- b. Setuju (S) diberi skor 4.
- c. Kurang Setuju (KS) diberi skor 3.
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2.
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

---

<sup>84</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian....*, hal. 168

## **D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

Adapun teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ini, yaitu:

### 1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan 3 cara antara lain:

#### a. Observasi

Observasi sering disebut juga dengan metode pengamatan, yakni cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap gejala-gejala atau fenomena yang sedang diteliti.

#### b. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Dan kuesioner juga merupakan sebuah teknik pengumpulan yang sangat efisien dalam penelitian kuantitatif karena dari hasil kuisisioner akan diketahui respon secara terukur variabel yang sedang peneliti teliti.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data kuantitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Istilah dokumenter atau dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang-barang tertulis. Alat pengumpul datanya disebut form

dokumentasi atau form pencatatan dokumen, sedangkan sumber datanya berupa catatan atau dokumen.

## 2. Instrumen Penelitian

**Tabel 3.1**  
**Instrumen Penelitian**

Variabel	Indikator	Referensi
Kualitas Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berwujud (<i>tangible</i>)</li> <li>2. Keandalan (<i>reliability</i>)</li> <li>3. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)</li> <li>4. Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>)</li> <li>5. Empati (<i>empathy</i>)</li> </ol>	Lupiyoadi, Rambat. 2001. <i>Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Pertama</i> . Jakarta: Salemba Empat.
Kualitas Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Performance</i></li> <li>2. <i>Reliability</i></li> <li>3. <i>Feature</i> atau fitur</li> <li>4. <i>Durability</i> atau keawetan</li> <li>5. <i>Conformance</i></li> <li>6. <i>Design</i></li> </ol>	Irawan , Handi. 2009. <i>10 Prinsip Kepuasan Pelanggan</i> . Jakarta: Gramedia.
<i>Emotional Factor</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasa senang</li> <li>2. Rasa bangga</li> <li>3. Rasa percaya diri</li> <li>4. Rasa nyaman</li> </ol>	Sri Hariyati, Ekowati. 2017. <i>Pengaruh Ekuitas Merek, Faktor Emosional, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Oppo Smartphone Di Surakarta</i> , dalam Sripsi Institut Agama Islam Negeri Surakarta, <a href="http://www.eprints.iain-surakarta.ac.id">www.eprints.iain-surakarta.ac.id</a> ,
Kepuasan Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas Produk</li> <li>2. Kualitas Pelayanan</li> <li>3. Emosi</li> <li>4. Harga</li> <li>5. Biaya</li> <li>6. Kemudahan</li> </ol>	Irawan , Handi. 2009. <i>10 Prinsip Kepuasan Pelanggan</i> . Jakarta: Gramedia.

## E. Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah cara dalam mengolah data yang sudah terkumpul agar dapat menjawab rumusan masalah dalam sebuah penelitian sehingga tujuan dari penelitian dapat tercapai. Dalam penelitian ini peneliti

akan mengolah data dari hasil jawaban kuesioner yang telah disebarakan kepada konsumen Batik Gajah Mada di CV. Saha Perkasa Gajah Mada Tulungagung.

Untuk tahapan analisa datanya sebagai berikut:

1. Uji keabsahan

- a. Uji Validitas

Uji validitas adalah analisis untuk mengukur valid atau tidaknya butir-butir kuesioner menggunakan metode *product moment pearson correlation*. Uji ini digunakan karena data yang diambil dari data primer yang perlu diuji terlebih dahulu valid atau tidaknya data tersebut. Setelah mengetahui validnya sebuah data baru diolah ke uji selanjutnya. Jadi dari jawaban kuesioner konsumen yang sudah terkumpul akan diuji validitas datanya terlebih dahulu setelah valid baru dilanjutkan ke uji selanjutnya. Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan *product moment pearson correlation* dimana ketika hasil skor total setiap variabel lebih besar dari  $r$  tabel maka data dikatakan valid.

- b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan suatu instrumen menunjukkan hasil suatu pengukuran dari suatu instrumen yang tidak mengandung bias atau bebas dari kesalahan pengukuran (*error free*), sehingga menjamin suatu pengukuran yang konsisten dan stabil dalam kurun waktu dan berbagai item atau titik dalam instrumen.<sup>85</sup> Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Uji ini untuk

---

<sup>85</sup> Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: Pustaka Media, 2009), hal. 106

mengetahui konsistensi data yang kita ambil apakah sudah konsisten apa belum. Ketika data sudah konsisten maka dapat dilanjutkan ke uji berikutnya. Dalam uji reliabilitas ini peneliti menggunakan *alpha cronbach's*.

Triton menyatakan, jika skala dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan *range* yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
- 2) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
- 3) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
- 5) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 s.d 0,100 berarti sangat reliabel.

## 2. Uji asumsi klasik

### a. Uji normalitas

Menurut Azuar Juliandi, dkk. yang dikutip dari Gujarati, Santoso dan Arif pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Ketika data diketahui normal maka kita dapat menentukan uji selanjutnya menggunakan *statistic parametric* atau *non parametric*. Dalam uji normalitas ini menggunakan uji *kolmogrov smirnov* dimana ketika hasilnya  $>0,05$  maka distribusi tersebut dikatakan berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak original. Model regresi dikatakan tidak mengandung multikolinieritas apabila:

- 1) Mempunyai angka toleransi diatas ( $>$ ) 0,1
- 2) Mempunyai nilai VIF / *Variance Inflation Factor* dibawah ( $<$ )  $10^{86}$

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji hetetoskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastiditas dan jika berbeda disebut heterokedatisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas. deteksi ada tidaknya problem heterokedastisitas adalah dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas.

### 3. Uji Regresi Linear Berganda

Sesuai dengan tujuan dan hipotesis penelitian yang telah disebutkan peneliti, maka teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis rehgresi

---

<sup>86</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistika dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hal. 97

linear berganda. Regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang lebih dari satu terhadap satu variabel tak bebas. Persamaan regresi linear berganda berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:<sup>87</sup>

Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih variabel, maka disebut dengan regresi berganda. Karena penelitian ini tiga variabel independen maka analisisnya menggunakan analisis regresi linier berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

Y = kepuasan konsumen

a = konstanta

b<sub>1</sub> = koefisien regresi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen

b<sub>2</sub> = koefisien regresi antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen

b<sub>3</sub> = koefisien regresi antara *emotional factor* dengan kepuasan konsumen

X<sub>1</sub> = variabel kualitas pelayanan

X<sub>2</sub> = variabel kualitas produk                      X<sub>3</sub> = variabel *emotional factor*

---

<sup>87</sup> Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, hal. 405

#### 4. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan atau jawaban sementara yang perlu diuji kebenarannya. Kebenaran hipotesis dapat diuji melalui data kuesioner yang sudah disebarakan kepada responden. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji hipotesis uji t (parsial), uji f (simultan) dan uji koefisien determinasi.

##### 1) Uji t (parsial)

Uji parsial ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun perhitungannya dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  atau nilai signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Adapun uji t mempunyai kriteria penerimaan atau penolakan.  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $> 0,05$  dan  $H_1$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $< 0,05$ .<sup>88</sup> Untuk menentukan  $t_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik dengan signifikansi  $0,05/2 = 0,025$  dan derajat kebebasan  $df = n - k - 1$  dengan  $n$  adalah jumlah responden. Dalam pengujian ini peneliti menggunakan aplikasi *SPSS 16.0*.

##### 2) Uji F (simultan)

Uji simultan ini bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini menguji pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan *emotional factor* terhadap kepuasan konsumen Batik Gajah

---

<sup>88</sup> Syofiyani siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 303-304.

Mada. Adapun yang menjadi kriteria pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  atau membandingkan nilai signifikansi dengan 0,05.  $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $> 0,05$  dan  $H_1$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $< 0,05$ . Untuk menentukan  $F_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel – 1) = 2 dan df2 (n – k -1), dengan n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan aplikasi *SPSS 16.0* untuk menguji pengaruh dari variabel bebas (kualitas pelayanan, kualitas produk dan *emotional factor*) terhadap kepuasan konsumen Batik Gajah Mada di CV. Saha Perkasa Gajah Mada Tulungagung secara bersama-sama.

### 3) Uji R-Square

R-square menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke dalam bentuk persen, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini R-square dapat dilihat pada tabel model summary pada hasil perhitungan menggunakan aplikasi *SPSS 16.0*.