

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan mencari hubungan sebab akibat. Hubungan sebab akibat adalah hubungan sebab akibat antara variabel pada objek penelitian yang menyebabkan terjadinya perubahan variabel. Oleh karena itu memakai penelitian kuantitatif Menurut Sugiyono (2018;13) penelitian Metodologi penelitian positivistik (data konkret) dikenal sebagai kuantitatif.

Untuk meneliti variabel indepen (X) yang terdiri variabel inovasi barang, harga dan pelayanan yang dimaksud variabel independen dan juga terdapat variabel dependen ialah kepuasan pelanggan (Y). maka di dalam penelitian ini untuk menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik ini akan diuji secara hipotesis yang menyatakan bahwa pengaruh secara parsial dan dipengaruhi secara parsial dan dipengaruhi secara simultan antara variabel independen (X) yaitu inovasi produk (X_1), harga (X_2) dan pelayanan (X_3) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Serta akan diketahui variabel yang mana antara lain inovasi produk, harga dan pelayanan yang paling dominan pada kepuasan pelanggan

3.2 Objek penelitian

Lokasi untuk penelitian ini merupakan tempat yang dimana dilakukannya semua kegiatan penelitian. Penelitian ini dilakukan di desa tanggung kec padang kabupaten lumajang di jln pasar tanggung , dengan subjek pelayanan penjualan perak . adapun pertimbangan yang mendasari penelitian ini memilih lokasi tersebut adalah:

- a. Banyak nya inovasi produk yang modern dan sangat diinginkan pelanggan atau kepuasan pelanggan
 - b. Banyak nya pelanggan yang membeli
 - c. Lokasi penelitian mudah dijangkau oleh peneliti
 - d. Produktivitas banyak konsumen kalangan remaja, dewasa dan orang tua
- Penelitian ini memiliki objek yaitu variabel independen (X) yaitu inovasi produk (X_1), harga (X_2) dan pelayanan (X_3), dan juga disertai variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y)

3.3 Jenis Data dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data penelitian adalah sebagai berikut:

- A. Data primer adalah jenis data yang pada awalnya dikumpulkan langsung oleh peneliti di lapangan kemudian diteliti melalui kaca mata metode pengumpulan data. Metode pengumpulan data berikut dapat digunakan: wawancara, observasi, survei, dokumentasi, dan foto (Sugiyono, 2013). Data yang digunakan penelitian ini yaitu hasil pengisian kuesioner oleh responden adalah pengrajin produk perak. Kuesioner yang berisi tentang harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
- B. Data sekunder merupakan sumber informasi kedua yang secara tidak langsung dapat memberikan informasi kepada peneliti, seperti melalui makalah atau artikel (Sugiyono, 2013). Data penelitian sekunder ini berupa gambaran umum dan penelitian

3.3.2 Sumber Data

Item atau topik penelitian dari mana data akan dikumpulkan adalah sumber data. Data adalah sesuatu yang harus diolah agar dapat memberikan makna dan memungkinkan pembaca untuk memahaminya (Dimiyati, 2013). Data itu sendiri tidak memiliki penjelasan. Sumber data internal dan eksternal yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang diisi oleh responden pada tempat yang telah disediakan. Data sekunder merupakan sumber informasi kedua yang memberi peneliti akses informasi secara tidak langsung, seperti melalui makalah atau artikel (Sugiyono, 2013).

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018), populasi adalah kategori luas yang terdiri dari hal-hal atau orang-orang dengan ciri-ciri tertentu yang telah dipilih peneliti untuk diteliti guna menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi yaitu pengrajin emas dan perak di Desa Tanggung Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang pengrajin emas dan perak yang ada di desa tanggung kec padang kab lumajang

3.4.2 Sampel dan Teknik sampling

Karena partisipan sampel dari populasi acak tidak perlu memperhatikan strata tertentu dalam populasi, maka digunakan sampel acak sederhana dalam penelitian ini (Sugiyono, 2015: 122). *Sampling insidental* adalah metode pengambilan sampel yang mengandalkan kebetulan. Misalnya, siapa saja yang secara tidak sengaja

bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel asal dianggap memadai sebagai sumber data (Sugiyono, 2009: 122).

Adapun metode penentuan ukuran sampel menggunakan metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam bukunya *For Business* (1982:253) yang dikutip dalam Sugiyono (2015:164), diantaranya:

- a. Sampel yang dikatakan layak di dalam penelitian yaitu berjumlah antara 30 sampai 500.
- b. Jika ada pembagian sampel dikategorikan, contohnya: pria-wanita, pegawai negeri sipil-swasta dsb. Maka dari itu jumlah sampel pada setiap kategori batas minimalnya adalah 30.
- c. Jika pada penelitian dilakukan analisis dan multivariate (korelasi atau regresi berganda, misalnya), maka jumlah minimum peserta sampel adalah sepuluh kali jumlah variabel yang diperiksa, termasuk variabel independen dan dependen.
- d. Ada antara 10 dan 20 anggota sampel dari setiap kelompok eksperimen dan kelompok kontrol dalam studi eksperimen sederhana.

Dari penjelasan diatas sampel dalam penelitian ini menganut pada jumlah variabel yaitu 3 (tiga) variabel independen atau bebas (X) dan 1 (satu) variabel dependen atau terikat (Y), maka untuk ukuran sampel minimum yang akan diambil adalah $20 \times 4 \text{ variabel} = 80$ anggota sampel.

3.5 Variabel penelitian dan definisi operasional

3.5.1. Variabel penelitian

(Prasetyo Bambang, Lina Miftahul Jannah 2005) Variabel adalah objek yang diteliti atau sesuatu yang membentuk dan apa yang diterapkan dari peneliti tersebut, sehingga informasi tersebut ditarik dari sebuah kesimpulan. Di Dalam variabel penelitian menggunakan 4 variabel terdiri 3 variabel yaitu inovasi Produk, Harga, pelayanan dan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan

A. Variabel Independen

Menurut (Wijayanti 2015) Variabel adalah mempengaruhi negatif maupun positif, variabel independen dijelaskan bahwa masalah yang akan diteliti dan dipecahkan. Disebut variabel eksogen, prediktor dan bebas maupun penelitian ini yang akan menjadi sasaran variabel independen ialah inovasi Produk (X_1). Harga (X_2), Pelayanan (X_3).

B. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dapat dipengaruhi, karena ada variabel bebas dan variabel yang menjadi fokus utama dari suatu pengamatan, maka variabel terikat adalah variabel yang terkena dampak atau variabel yang menjadi akibat (Sugiyono 2013). Mengetahui variabel dependen yang digunakan dalam sebuah penelitian dapat membantu seseorang memahami sifat suatu masalah. Apa yang coba diilustrasikan oleh seorang peneliti adalah seberapa bervariasi hal-hal ini. Kesenangan pelanggan adalah variabel penelitian.

3.5.2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual dalam penelitian ini yaitu :

1) Inovasi produk

Salah satu elemen yang paling diandalkan pemasar saat mempromosikan suatu produk adalah inovasi produk. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah suatu produk dan menghasilkan produk baru yang dapat menawarkan cara yang lebih baik kepada konsumen untuk mengatasi tantangan mereka (Erniati et al., 2021).

2) Harga

Armstrong dan Kotler, 2007. Persepsi setiap konsumen tentang biaya barang dan jasa yang mereka dapatkan adalah unik, dan berbagai variabel dapat mempengaruhi persepsi ini. Persepsi harga oleh konsumen dapat mempengaruhi pilihan mereka untuk membeli suatu produk.

3) Pelayanan

Pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut (Fadhli et al. 2021) Layanan adalah metrik untuk seberapa baik tingkat layanan dapat memenuhi harapan klien. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan bisnis atau institusi tertentu untuk memenuhi permintaan sesuai dengan apa yang diantisipasi atau diinginkan berdasarkan kebutuhan klien atau pengunjung menentukan kualitas layanan.

4) Kepuasan pelanggan

Menurut (Erniati et al. 2021) Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana seseorang puas dengan produk atau layanan setelah membandingkannya dengan harapan mereka. Jika kinerja kurang dari harapan tersebut, pelanggan

akan tidak puas; Namun, jika kinerja memenuhi harapan tersebut, pelanggan akan puas. Dengan kata lain, konsumen yang telah menilai produk atau layanan secara positif akan memiliki pendapat yang lebih positif tentang produk atau layanan tersebut.

3.5.3. Definisi operasional

Dari jumlah penelitian instrumen tergantung jumlah variabel dalam penelitian maka variabel tersebut dikembangkan menjadi sebuah indikator. Di Dalam pertanyaan tersebut di pertanyaan atau kuesioner yang diberikan kepada responden

a. Inovasi Produk (X_1)

(Mustamu and Ngatno 2021) menyatakan bahwa inovasi adalah suatu ide, praktek, atau objek yang dipersepsikan baru oleh individu. Oleh karena itu inovasi itu sangat penting untuk membuat ide terbaru, dengan indikator variabel inovasi produk sebagai berikut:

1. Keunggulan relatif (*relative advantage*)
2. Kecocokan (*Compatibility*)
3. Kerumitan (*Complexity*)
4. Sifat dapat dicoba (*Trialability*)
5. Berbeda (unik)

Berdasarkan indikator hubungan inovasi produk, maka disusun kuesioner dengan jawaban skala pengukuran sebagai berikut:

1. Mendapatkan keuntungan yang sangat relevan
2. Membeli produk yang sesuai dari permintaan konsumen
3. Membeli produk karena inovasi dan model terbaru

4. Membeli produk karena mudah dirawat
5. Membeli produk karena memiliki inovasi yang unik

b. Harga (X_2)

Segala sesuatu memiliki harga, atau nilai yang dikaitkan dengannya. Sesuatu itu mungkin berupa layanan dalam bentuknya yang paling murni atau mungkin berupa barang fisik dalam berbagai tahap penyelesaian, dengan atau tanpa layanan pendukung, jaminan kualitas, dan sebagainya. Menurut (Sabaru et al. 2022) dengan indikator yang berisi variabel harga adalah sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan Harga
- 2) Daya Saing Harga
- 3) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
- 4) Kesesuaian Harga dengan Manfaat.
- 5) adanya potongan harga

Berdasarkan indikator hubungan harga maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut:

1. Memiliki diskon harga di momen tertentu
2. Mampu bersaing harga di toko toko sekitarnya
3. Memiliki harga yang sesuai dari kualitas produk
4. Memberikan keistimewaan inovasi produk sesuai harga yang diberikan
5. Memberikan potongan harga bagi pelanggan yang sudah menjadi langganan di toko ini

c. Pelayanan (X₃)

(Rahayu and Wati 2020) Pelayanan jarak antara kenyataan dan harapan pelanggan untuk layanan yang mereka terima dapat digunakan untuk menggambarkan layanan. Dengan kata lain, kualitas pelayanan difokuskan pada upaya pelayanan apa yang akan dilakukan oleh produsen (penyedia jasa) dengan tujuan agar konsumen puas. Kualitas pelayanan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen guna mencapai tingkat keunggulan dari apa yang diharapkan oleh konsumen. seberapa baik pelayanan diberikan. Dengan indikator yang bervariasi pelayanan sebagai berikut:

1. berwujud (*tangible*)
2. kehandalan (*reliability*)
3. daya tanggap (*responsiveness*)
4. jaminan dan kepastian (*assurance*)
5. empati (*empathy*)

Berdasarkan indikator pelayanan maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut:

6. Memberikan produk dan desain permintaan yang sesuai dari permintaan pelanggan
7. Mampu menerima pesanan desain perhiasan atau model perhiasan sesuai permintaan pelanggan
8. Pelayanan dan cepat respon permintaan pelanggan
9. Di dalam kesalahan desain maupun inovasi produk yang salah bisa dikembalikan lagi

10. Kesiapan karyawan untuk melayani dari yang tua sampai yang muda

d. Kepuasan pelanggan (Y)

(Rahayu and Wati 2020) Ketika seseorang membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dari suatu produk dengan ekspektasi yang diantisipasi, mereka puas atau kecewa. Pelanggan tidak senang jika kinerja tidak memenuhi standar mereka. Pelanggan akan senang jika kinerja memenuhi harapan. Ketika kinerja memenuhi atau melampaui harapan, klien sangat senang atau senang. berdasarkan penelitian literatur dan bekerja sebagai konsultan untuk banyak bisnis Indonesia, dengan indikator kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Inovasi produk
2. harga
3. kualitas pelayanan (*service quality*)
4. faktor emosional (*emotional factor*)
5. Kemudahan

Berdasarkan indikator kepuasan pelanggan maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut:

1. Mendapatkan inovasi produk yang sesuai pesanan dari pelanggan
2. Mendapatkan harga produk yang sesuai dari kualitas produk
3. Mendapatkan pelayanan yang baik dan sopan
4. Pelayanan memiliki respon yang sangat baik terhadap pelanggan
5. Pelanggan yang siap memesan desain perhiasan sesuai kemauan pelanggan

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut (sugiyono, 2017 172) Bahwa instrumen penelitian merupakan suatu pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam. Peneliti merupakan data yang sudah ada yang lebih tepat atau dinamakan laporan daripada melakukan penelitian hal yang terpenting bahwa peneliti berhubungan antara data atau masalah yang diteliti antara hipotesis dan penelitian data tersebut merupakan bahan penting sehingga akan dimanfaatkan oleh permasalahannya. Dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
Inovasi produk (X1)	Keunggulan <i>relatif</i> (<i>relative advantage</i>) Kecocokan (<i>Compatibility</i>) Kerumitan (<i>Complexity</i>) Sifat dapat dicoba (<i>Trialability</i>) Berbeda (unik)	Mendapat kan keuntungan yang sangat relevan Membeli produk yang sesuai dari permintaan konsumen Membeli produk karena inovasi dan model terbaru Membeli produk karena mudah dirawat Membeli produk karena memiliki inovasi yang unik	Original	Rogers (2003)

Harga (X2)	1) Keterjangkauan Harga 2) Daya Saing Harga 3) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk 4) Kesesuaian Harga dengan Manfaat. 5) adanya potongan harga	Memiliki diskon harga di momen tertentu Mampu bersaing harga di toko toko sekitaran Memiliki harga yang sesuai dari kualitas produk Memberikan keistimewaan inovasi produk sesuai harga yang diberikan Memberikan potongan harga bagi pelanggan yang sudah menjadi langganan di toko ini	Original	Kotler dan Armstrong (2008:278)
Pelayanan(X3)	berwujud (<i>tangible</i>) kehandalan (<i>reliability</i>) daya tanggap (<i>responsiveness</i>) jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>) empati (<i>empathy</i>)	Memberikan produk dan desain permintaan yang sesuai dari permintaan pelanggan Mampu menerima pesanan desain perhiasan atau model perhiasan sesuai permintaan pelanggan Pelayanan dan cepat respon permintaan pelanggan Di dalam kesalahan desain maupun inovasi produk yang salah bisa dikembalikan lagi Kesiapan karyawan untuk melayani dari yang tua sampai yang muda	Original	Lupiyoadi (2013:216),

Kepuasan pelanggan (Y)	Inovasi produk harga kualitas pelayanan (<i>service quality</i>) faktor emosional (<i>emotional factor</i>) Kemudahan	Mendapatkan inovasi produk yang sesuai pesanan dari pelanggan Mendapatkan harga produk yang sesuai dari kualitas produk Mendapatkan pelayanan yang baik dan sopan Pelayanan memiliki respon yang sangat baik terhadap pelanggan Pelanggan yang siap memesan desain perhiasan sesuai kemauan pelanggan	Original Kotler dan Keller (2009:138)
------------------------	---	---	---------------------------------------

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Sumber data utama untuk pendekatan pengumpulan data penelitian ini adalah penyebaran kuesioner. Kuesioner adalah metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dimana mereka menyajikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2013a). Dalam penelitian ini, kuesioner tertutup dengan jawaban pilihan ganda dipekerjakan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah hal-hal untuk tanggapan dan mencegah kesalahpahaman tentang pertanyaan yang diajukan. Identitas responden dan pertanyaan kuesioner membentuk isinya.

3.7.2 Wawancara

Menurut (Riduwan, 2018:102) Wawancara adalah satu kumpulan data yang menggunakan atau memperoleh informasi secara langsung dari sumber yang akan digunakan maka pewawancara perkumpulan informasi yang akan dipertanyakan

yang jelas maka responden bisa menjawab semua pertanyaan yang tercatat dan benar. Maka informasi dalam wawancara yaitu: pedoman wawancara: responden, pewawancara dan situasi wawancara, waktu, tempat, di wilayah toko mahkota emas dan perak di Desa Tanggung Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang

3.7.3 Observasi

Observasi adalah yang dilakukan pengamatan langsung dari objek penelitian untuk melihat dari dekat dan kegiatan yang dilakukan, objek penelitian bersifat perilaku tindakan manusia fenomena atau kejadian alam sekitar Riduwan, (2018:104) Observasi untuk melakukan pengamatan yang langsung kepada responden yang bernilai baik tentang kepuasan pelanggan pada toko mahkota emas dan perak di Desa Tanggung Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang

3.7.4 Dokumentasi

(Riduwan, 2018:102) dokumentasi adalah memperoleh data tempat penelitian meliputi peraturan, laporan kegiatan, film dokumenter atau rekaman video, foto-foto, data ini meliputi data yang relevan dari penelitian. Didalam penelitian akan dilakukan teknik dokumentasi dengan cara mengumpulkan mencatat, mempelajari.

3.8 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif jelas untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dikembangkan (Sugiyono, 2013b). Setelah pengumpulan data dari semua responden dan sumber lain, analisis data adalah tugas. Untuk menguji hipotesis yang diajukan, dilakukan perhitungan yang meliputi pemilihan data menurut jenis responden dan variabel,

tabulasi data variabel, dan penyajian data untuk setiap variabel yang dianalisis (Sugiyono, 2015).

Reliabilitas dan validitas kuesioner diperiksa sebelum analisis dan pengujian pengaruh. Selain itu, data harus berdistribusi secara normal dan bebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas karena pengaruhnya akan diuji menggunakan premis dasar regresi linier berganda.

