

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian kuantitatif adalah metode dengan dasar filosofi positivisme dengan meneliti populasi atau sampel yang dibutuhkan, melakukan pengumpulan data, dan menganalisis data kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015:35). Terdapat hubungan kausal dipakai dalam mencari keterkaitan antara pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2015:36). Melalui hasil analisis selanjutnya dilakukan penentuan hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan atau tidak.

Guna menganalisis kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan maka dilakukan penelitian dengan metode penelitian kuantitatif. Teknik tersebut dilakukan pengujian hipotesis sehingga diketahui pengaruh secara parsial antara variabel independen yakni kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan (Y).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ialah objek atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu guna dipelajari lebih lanjut dan memperoleh kesimpulan (Sugiyono, 2015:38). Objek penelitian ini yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen merupakan kualitas produk (X_1) dan harga (X_2). Sedangkan variabel dependen merupakan kepuasan pelanggan (Y). Subjek penelitian ini ialah konsumen yang membeli Roti Orion setidaknya melakukan dua kali pembelian.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data ialah pengelompokan suatu data dengan didasari oleh sifat serta bentuknya (Indriantoro & Supomo, 2014:145). Data primer merupakan data yang dipakai pada penelitian ini. Pernyataan Indriantoro & Supomo (2014:146) menerangkan terkait data primer adalah data yang berasal dari sumber primer atau asli. Data primer didapat melalui penyebaran kuisioner yang diisi oleh konsumen Roti Orion yang setidaknya melakukan dua kali pembelian.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data ialah subjek perolehan data yang memuat informasi penting yang diperlukan dalam penelitian. Data internal dan data eksternal merupakan sumber data yang diperlukan dalam penelitian (Suryani & Hendryadi, 2015:170). Penjelasan Suryani & Hendryadi (2015:170) terkait data internal ialah data yang menunjukkan keadaan sebuah organisasi. Data internal terdiri atas data produksi dan data penjualan. Data internal dalam penelitian ini bersumber Roti Orion di Lumajang. Menurut Paramita & Rizal (2018:72) data eksternal merupakan data yang didapatkan dari pihak lain atau diluar perusahaan.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik *Sampling*

3.4.1 Populasi

Populasi adalah ciri khas sebuah kelompok wilayah yang dipilih untuk dipelajari dan menghasilkan kesimpulan atas penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2015:148). Populasi harus memiliki karakteristik dari objek atau subjek tersebut. Populasi didalam penelitian ini adalah pelanggan Roti Orion yang jumlahnya tidak terbatas.

3.4.2 Sampel dan Teknik *Sampling*

Sampel ialah bagian dari populasi yang mempunyai karakter yang bisa mewakili populasi (Sugiyono, 2015:149). Teknik yang dipakai dalam mengambil sampel ialah *nonprobability sampling* yaitu metode dalam mengambil sampel yang tidak menawarkan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pernyataan Sugiyono (2017:144) mengungkapkan bahwa *purposive sampling* ialah teknik yang digunakan dalam menentukan sampel melalui penilaian tertentu. Berikut kriteria dari responden yang dipakai sebagai sumber data pada penelitian ini:

- a. Konsumen yang usia di atas 17 tahun.
- b. Konsumen yang membeli Roti Orion setidaknya 2 kali.

Ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Roscoe. Sugiyono (2015:143) menjelaskan bahwa teknik Roscoe untuk pengambilan ukuran sampel adalah sebagai berikut:

- 1) Ukuran sampel dinyatakan layak adalah 30 sampai dengan 500.
- 2) Jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- 3) Jika menggunakan regresi ganda, minimal sampel 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
- 4) Untuk penelitian sederhana seperti menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, kebanyakan jumlah anggota sampel dipakai antara 10 sampai dengan 20.

Berdasarkan teknik Roscoe maka penelitian ini memakai 20 setiap variabel, karena pada penelitian ini ada 3 variabel sehingga perhitungannya ialah sebagai

berikut $20 \times 3 = 60$. Jadi, keseluruhan jumlah responden sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 60 responden.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian ialah segala sesuatu yang berhubungan dengan apa yang peneliti ingin pelajari guna mendapatkan informasi yang dapat diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2015:95). Adapun variabel penelitian ini yaitu:

a. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2015:96). Variabel independen yang digunakan ialah:

- 1) Kualitas Produk (X_1)
- 2) Harga (X_2)

b. Variabel Dependen

Variabel dependen ialah variabel yang menjadi dampak dari variabel independen (Sugiyono, 2015:96). Variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual ialah unsur dari sebuah penelitian yang memberikan penjelasan atas karakteristik suatu masalah yang sedang diteliti. Sesuai dengan landasan teori, sehingga dapat diuraikan pengertian konseptual dari setiap variabel ialah sebagai berikut:

a. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk ialah karakteristik dari suatu produk yang bisa menunjang kemampuan dari produk yang telah ditetapkan guna mengetahui produk tersebut bertahan lama atau kurang dengan kualitas yang terbaik pada produk (Indrasari, 2019:54).

b. Harga (X_2)

Harga adalah banyaknya uang yang diperlukan guna memperoleh hak suatu produk barang atau jasa yang setara dengan kebutuhan dan keinginan suatu konsumen (Abubakar, 2018:44).

c. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah buah dari proses membandingkan harapan yang dimiliki konsumen sebelum melakukan pembelian dan tanggapan akan kinerja produk setelah membeli suatu produk (Tjiptono, 2016:76).

3.5.3 Definisi Operasional

Konsep data yang akan diteliti secara empiris haruslah diubah menjadi bentuk operasional melalui pengubahan variabel yang mempunyai nilai. Definisi operasional dari pada penelitian ini diterangkan sebagai berikut:

a. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk adalah kemampuan dan pengaruh konsumen untuk memilih produk mana yang menurut mereka terbaik sehingga menjadi kepuasan tersendiri bagi konsumen yang telah membeli. Suryati (2015:25) menjelaskan indikator dalam pengukuran kualitas produk terdiri dari:

- 1) Kinerja (*Performance*)
- 2) Keandalan (*Reliability*)

- 3) Keistimewaan (*Fitur*)
- 4) Daya Tahan (*Durability*)
- 5) Kesesuaian (*Conformance*)
- 6) Desain (*Design*)

Berdasarkan indikator kualitas produk dapat disusun kuesioner dengan jawaban dengan skala *likert* sebagai berikut:

- 1) Roti Orion memiliki kualitas yang baik.
- 2) Roti Orion memiliki kinerja yang dapat dipercaya dan diandalkan.
- 3) Roti Orion memiliki keistimewaan dibanding dengan produk lain yang sejenis.
- 4) Roti Orion memiliki daya tahan yang baik.
- 5) Variasi Roti Orion sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.
- 6) Roti Orion memiliki beragam jenis roti yang menarik.

b. Harga (X_2)

Harga merupakan suatu banyaknya uang atau biaya yang dikeluarkan konsumen guna memperoleh barang sehingga perusahaan mendapat untung dari proses penjualan yang memiliki manfaat barang yang telah dijual. Berikut indikator harga yang dikemukakan oleh Indrasari (2019:41), terdiri atas

- 1) Keterjangkauan Harga
- 2) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
- 3) Daya Saing Harga
- 4) Kesesuaian Harga dengan Manfaat
- 5) Harga Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Berdasarkan indikator harga disusun kuesioner dengan jawaban memakai skala *likert* yang memiliki rincian berikut:

- 1) Roti Orion memiliki harga yang terjangkau.
- 2) Harga yang dibanderol Roti Orion menyesuaikan dengan kualitas produknya.
- 3) Roti Orion memberi harga produk yang tidak kalah dengan toko pesaing yang sejenis.
- 4) Harga yang ditetapkan Roti Orion sudah sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen.
- 5) Harga Roti Orion dapat mempengaruhi konsumen mengambil keputusan saat membeli produk.

c. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan dari konsumen ialah perasaan puas atau kecewa setelah melakukan perbandingan antara harapan produk dengan performa produk. Adapun Indikator kepuasan konsumen berdasarkan pernyataan Tjiptono (2014:77), disebutkan seperti berikut:

- 1) Kualitas produk
- 2) Kualitas pelayanan
- 3) Harga produk
- 4) Kemudahan dalam mengakses produk
- 5) Cara mempromosikan produk.

Berdasarkan indikator kepuasan konsumen dibuat kuesioner dengan jawaban menggunakan skala *likert* dengan urutan berikut:

- 1) Kualitas Roti Orion sangat baik.

- 2) Pelayanan yang diberikan pihak Roti Orion sangat baik.
- 3) Harga Roti Orion sesuai dengan kualitas yang diberikan.
- 4) Roti Orion Honda memiliki gerai sehingga konsumen dengan mudah mendapatkan produk tersebut.
- 5) Roti Orion mempromosikan produknya dengan baik.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan pengukuran variabel penelitian dengan cara dilakukan proses pengamatan dengan seksama (Sugiyono, 2015:178). Skala pengukuran oleh Sugiyono (2015:168) merupakan kesepakatan yang dimanfaatkan untuk menentukan ukuran suatu interval dalam alat ukur guna mendapatkan data kuantitatif. Pada penelitian ini Skala Ordinal digunakan sebagai pengukuran. Berdasarkan pernyataan Sanusi (2011:55) skala ordinal ialah skala yang menghasilkan pemeringkatan mengenai dimensi konsep yang diukur kemudian akan menghasilkan suatu susunan penilaian atau tingkat preferensi.

Tabel 3. 1 Variabel, Indikator, dan Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
1.	Kualitas Produk	1 Kinerja	Roti Orion memiliki kualitas yang baik.	Ordinal	Suryati (2015:25)
		2 Keandalan	Roti Orion memiliki kinerja yang dapat dipercaya dan diandalkan.		
		3 Keistimewaan	Roti Orion memiliki keistimewaan dibanding dengan produk lain yang sejenis.		
		4 Daya Tahan	Roti Orion memiliki daya tahan yang baik.		
		5 Kesesuaian	Variasi Roti Orion sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.		
		6 Desain	Roti Orion memiliki beragam jenis roti yang menarik.		
2.	Harga	1 Keterjangkauan Harga	Roti Orion memiliki harga yang terjangkau	Ordinal	Indrasari (2019:41)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
		2 Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Harga yang ditetapkan Roti Orion menyesuaikan dengan kualitas produknya.		
		3 Daya Saing Harga	Roti Orion memberi harga produk yang tidak kalah dengan toko pesaing yang sejenis.		
		4 Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga yang dibanderol Roti Orion sudah sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen.		
		5 Harga Memengaruhi Pengambilan Keputusan	Harga Roti Orion dapat mempengaruhi konsumen mengambil keputusan saat membeli produk.		
3.	Kepuasan konsumen	1 Kualitas produk yang di jual	Kualitas Roti Orion sangat baik.	Ordinal	Tjiptono (2014:77)
		2 Kualitas pelayanan.	Pelayanan yang diberikan pihak Roti Orion sangat baik.		
		3 Harga produk .	Harga Roti Orion sesuai dengan kualitas yang diberikan.		
		4 Kemudahan akses.	Roti Orion Honda memiliki gerai sehingga konsumen dengan mudah mendapatkan produk tersebut.		
		5 Cara mengiklankan produk.	Roti Orion mempromosikan produknya dengan baik.		

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ialah proses yang dilakukan oleh peneliti dalam rangka mendapatkan data yang hendak diuji. Metode pengumpulan data dari penelitian ini meliputi:

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode untuk mendapatkan data melalui memberikan pertanyaan secara langsung kepada narasumber (Sugiyono, 2015:224). Narasumber pada penelitian ini yaitu konsumen Roti Orion di Lumajang.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik atau cara dalam memperoleh data melalui pengajuan pernyataan yang diisi oleh semua responden (Sugiyono, 2015:230). Peneliti memberikan kuesioner terhadap 60 responden di Lumajang yang telah membeli Roti Orion setidaknya dua kali guna mendapatkan data yang akan dipakai dalam penelitian. Semua data tersebut diperuntukkan supaya mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Roti Orion di Lumajang.

Pengukuran data kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan dilakukan dengan pemberian skor pada pernyataan kuesioner. Pemberian skor dibuat atas dasar skala *likert*. Berdasarkan pernyataan Sugiyono (2015:158) skala *likert* digunakan untuk mengukur fenomena sosial dari pendapat seseorang. Sugiyono (2017:159) menjelaskan bahwa macam bentuk skor berdasarkan skala *likert* yaitu:

- | | |
|---|---|
| 1) Sangat setuju (SS) diberikan skor sebesar | 5 |
| 2) Setuju (S) diberikan skor sebesar | 4 |
| 3) Ragu-ragu (R) diberikan skor sebesar | 3 |
| 4) Tidak setuju (TS) diberikan skor sebesar | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju (STS) diberikan skor sebesar | 1 |

c. Observasi

Observasi merupakan sebuah proses dalam menghasilkan data dengan cara mengamati orang atau tempat yang digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2015:235). Observasi dilaksanakan dengan mengamati secara langsung pada responden berupa konsumen yang membeli Roti Orion di Lumajang.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan cara memperoleh dan mengumpulkan data yang melibatkan pembelajaran, penelitian atau mengambil sumber buku terkait dengan penelitian yang dijalankan (Darmawan, 2013:163). Teori yang dipakai pada penelitian ini merupakan teori yang punya keterkaitan dengan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data ialah kegiatan menyusun dan merangkai data sesuai dengan kesesuaian narasumber serta variabel, melakukan tabulasi data responden, menampilkan data dari variabel, melakukan penghitungan data untuk mencari hasil jawaban terhadap rumusan masalah yang ada, dan digunakan menguji hipotesis penelitian tersebut (Sugiyono, 2015:76).

3.8.1 Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen dimanfaatkan untuk memperoleh informasi apakah dari setiap pernyataan yang ada dalam kuesioner layak digunakan sebagai instrumen pada penelitian ini. Pengujian instrumen dilaksanakan dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas ialah pengukuran yang digunakan untuk menunjukkan keakuratan atau keandalan suatu alat ukur (Riduwan, 2018:109). Pengujian validitas data menerapkan korelasi *product moment* dengan kriteria bila korelasi pada setiap faktornya bernilai 0,3 ke atas dinyatakan valid, sedangkan jika korelasi masing-masing faktornya dibawah 0,3 m dinyatakan tidak valid atau tidak layak (Sugiyono, 2015:178).

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ialah pengukuran keandalan suatu alat ukur sehingga dapat diukur di lain waktu dan didapatkan hasil serupa (Yuandari & Rahman, 2015:57. Yuandari & Rahman (2015:57) menyebutkan penggunaan uji reliabilitas dilaksanakan dengan menilai koefisien *Alpha Cronbach*. Perbedaan indeks kriteria reliabilitas ditampilkan di tabel berikut:

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00 – 0,20	Sangat Rendah
2.	0,201 – 0,40	Rendah
3.	0,401 – 0,60	Cukup
4.	0,601 – 0,80	Tinggi
5.	0,801 – 1,00	Sangat Tinggi

Sumber: Yuandari & Rahman (2015:57)

Uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel apabila nilai koefisien *Alpha Cronbach* di atas 0,60.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah pengujian guna memperoleh data yang memenuhi persyaratan untuk memperoleh hasil jawaban hipotesis penelitian (Gunawan, 2017:92). Proses uji asumsi klasik dipaparkan dengan uraian berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ialah pengujian yang dipakai sebagai upaya untuk menilai data yang digunakan memiliki distribusi yang normal dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov* yang kriterianya apabila nilai probabilitas $< 0,05$ maka dianggap data berdistribusi normal dan bila nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka dianggap tidak berdistribusi normal (Wardana, 2020:32).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu pengujian guna mengetahui apakah terdapat kesalahan dalam estimasi normal model penelitian (Gunawan, 2017:102). Uji multikolinearitas memanfaatkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan koefisien korelasi antara variabel bebas dengan kriteria bila nilai VIF kurang dari atau lebih rendah dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari atau lebih tinggi dari 0,1 maka model tersebut dikatakan bebas multikolinearitas (Gunawan, 2017:103).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ialah pengujian yang dilaksanakan guna mengetahui apakah terdapat perbedaan residual pengamatan dari satu pertidaksamaan ke pertidaksamaan lainnya dalam model regresi (Febri & Teofilus, 2020:59).. Uji *scatterplot* dipakai untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan kriteria titik-titik data harus menyebar dan tidak membentuk pola tertentu.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yakni model regresi guna mengetahui hubungan dari dua ataupun lebih dari variabel independen terhadap sebuah variabel dependen (Algifari, 2015:156). Berikut persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini:

$$KP = \alpha + \beta_1 KPro + \beta_2 H + e$$

Keterangan:

KP = Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk

β_2 = Koefisien Regresi Variabel Harga

KPro = Kualitas Produk

H = Harga

e = Standar error

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis berguna dalam mengetahui hubungan diantara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini memakai uji parsial atau uji t.

Sanusi (2011:138) mengemukakan bahwa uji statistik t dibutuhkan guna mengetahui adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t menguji hubungan pengaruh diantara variabel independen berupa kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen berupa kepuasan pelanggan (Y). langkah-langkah pada Uji t (Uji Parsial) ialah dirinci sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis

a) Hipotesis Pertama

H_1 : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

Roti Orion

b) Hipotesis Kedua

H_2 : Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Roti Orion

2) Menetapkan tingkat signifikansi dan derajat kebebasan.

Tingkat signifikansi yang sama dengan 0,05, dengan derajat kebebasan menggunakan formula $df = n-2$ yakni n merupakan besaran sampel. Hipotesis diterima bila signifikan menghasilkan nilai $\leq 0,05$, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hipotesis ditolak bila nilai signifikan $> 0,05$, artinya variabel dependen tidak mempengaruhi variabel dependen tersebut.

3) Kriteria pengujian.

Jika $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima;

Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Sumber: Widarjono (2015:282).

4) Melakukan perbandingan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} berdasarkan signifikansi dengan kriteria yang telah ditetapkan.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah alat ukur yang memberikan informasi mengenai kontribusi variabel penjelas terhadap variabel respon serta guna menilai total keseluruhan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (Widarjono, 2015:266). Semakin mendekati nilai 1 dari koefisien determinasi menunjukkan bahwa garis regresi semakin baik, sedangkan semakin mendekati 0 menunjukkan garis regresi yang kurang baik atau tidak bagus (Widarjono, 2015:268). Koefisien determinasi pada penelitian ini digunakan dalam menilai

kualitas produk dan harga dalam menerangkan kepuasan pelanggan Roti Orion.

