

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Firmansyah *et al* (2021) metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang menganggap ilmu pengetahuan yang ditandai dengan penelitian atas dasar pengalaman nyata atau empiris, kejadian bisa dijelaskan dengan indikator yang bisa diukur dan mewakili kebenaran. Dari sisi ontologi atau pandangan tentang kenyataan hanya satu kebenaran yaitu yang bersifat obyektif dan tidak tergantung pada manusia.

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu analisis menyatakan data yang berbentuk angka dengan menggunakan skala likert yang mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang atau kelompok tentang kejadian dan fenomena sosial (Syahidin & Adnan, 2022).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini yaitu kualitas layanan (X1), kualitas produk (X2), dan Lokasi (X3) sebagai variabel independen dan kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel dependen. Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Rawon Klakah Lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Data primer yaitu data yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang dilakukan

dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan pertanyaan kepada responden yang sedang berkunjung di restoran Rawon Klakah Lumajang. Tujuannya untuk memperoleh data mengenai kualitas layanan, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada restoran Rawon Klakah Lumajang (Ramadhan, 2020).

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan peneliti yaitu data internal. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data internal, yang diperoleh dari dalam perusahaan sendiri. Sumber data yang akan digunakan yaitu restoran Rawon Klakah Lumajang sendiri.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok yang terdiri dari obyek atau subjek yang memiliki ciri dan ketentuan yang dipilih oleh peneliti kemudian diteliti yang menghasilkan kesimpulan (Ramadhan *et al.*, 2020). Dalam penelitian ini populasi yang akan digunakan yaitu konsumen yang datang ke restoran Rawon Klakah Lumajang.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Penentuan ukuran sampel merupakan aspek penting dalam penelitian kuantitatif, terutama yang menggunakan metode analisis statistik multivariat. Berdasarkan pendapat Roscoe, salah satu pedoman yang sering digunakan dalam menentukan ukuran sampel adalah dengan mengalikan jumlah indikator dengan angka empat untuk penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda.

Pendapat ini diperkuat oleh Kumalaningrum *et al.* (2016), yang menyatakan bahwa pendekatan tersebut relevan dalam memastikan validitas dan reliabilitas hasil analisis, karena mampu menggambarkan hubungan antar variabel dengan lebih akurat.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dari lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Penelitian ini secara khusus meneliti pengaruh dari tiga variabel independen, yaitu kualitas layanan, kualitas produk, dan lokasi, terhadap satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen pada Restoran Rawon Klakah yang berlokasi di Lumajang. Setiap variabel dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator yang telah disesuaikan dengan teori-teori yang relevan serta merujuk pada penelitian sebelumnya. Total indikator yang digunakan untuk mengukur keempat variabel tersebut berjumlah 22 indikator.

Berdasarkan rumus penentuan jumlah sampel menurut Kumalaningrum *et al.* (2016), jumlah sampel minimum dihitung dengan mengalikan jumlah indikator dengan angka empat, sehingga diperoleh:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah sampel} &= 22 \text{ indikator} \times 4 \text{ variabel} \\ &= 88 \text{ responden.}\end{aligned}$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 88 responden. Jumlah ini dianggap memadai dan representatif dalam menggambarkan karakteristik populasi, serta memenuhi syarat minimum untuk melakukan analisis regresi linier berganda.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, dengan metode *simple random sampling*. Teknik ini dipilih karena memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel, sehingga dapat menghindari terjadinya bias dalam pemilihan responden. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah konsumen yang telah melakukan pembelian minimal satu kali dan berusia minimal 17 tahun. Sampel diambil dari populasi konsumen yang melakukan pembelian di Restoran Rawon Klakah Lumajang.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sifat atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

a. Variabel Independen

Variabel independen atau disebut juga sebagai variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel lain, yaitu variabel dependen. Variabel ini berfokus untuk melihat seberapa besar dampaknya terhadap variabel yang diteliti sebagai akibat (variabel dependen).

1) Kualitas Layanan (X_1)

Tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

(Parasuraman, Zeithaml, dan Berry : 1988)

2) Kualitas Produk (X_2)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan atribut lainnya yang mencerminkan nilai produk di mata konsumen. (Kotler dan Keller : 2009)

3) Lokasi (X_3)

Menurut, lokasi adalah tempat strategis di mana perusahaan menempatkan usaha atau produk yang dimilikinya untuk menjangkau konsumen secara efektif. (Philip Kotler : 2002)

b. Variabel Dependen

Variabel deenden atau variabel terikat merupakan variabel yang menjadi akibat adanya variabel independen. Variabel Dependen yaitu variabel yang menjadi fokus utama untuk mengukur perubahan dan dampaknya. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Menurut Umar dan Indrasari (2019) kepuasan konsumen adalah sebuah tingkat perasaan yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya

3.5.2 Definisi Konseptual

a. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut penulis yaitu suatu perasaan yang menggambarkan senang dan kecewa terhadap suatu produk berupa jasa maupun barang setelah membandingkan harapan konsumen dalam melakukan pembelian.

b. Kualitas Layanan

Kualitas layanan menurut penulis adalah dimana layanan yang diberikan oleh perusahaan bisa memenuhi keinginan dan harapan konsumen. Kualitas layanan mencakup banyak factor dan aspek di dalamnya seperti pelayanan ke konsumen, keramahan yang diberikan karyawan, ketepatan dalam memberikan layanan, dan perhatian.

c. Kualitas Produk

Kualitas produk menurut penulis adalah produk yang memiliki keunggulan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Salah satu aspek yang sering digunakan mempertimbangkan suatu produk seperti daya tahan, desain, fungsi dan keandalan produk.

d. Lokasi

Lokasi menurut penulis yaitu tempat yang strategis dan mudah di tempuh oleh konsumen, lokasi memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Tempat yang memiliki akses yang mudah berpotensi pada perusahaan yaitu kemajuan dan kesuksesan.

3.5.3 Definisi Operasional

a. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas ataupun yang merasa belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, lokasi, fasilitas dan pelayanan yang disediakan. Adapun indikator kepuasan konsumen menurut (Fahrani & Febriyanti, 2022) antara lain :

1) Produk

Pelayanan yang diberikan pada produk harus sesuai dengan keinginan serta harapan konsumen. Produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan perlu dan mampu memberikan kepuasan untuk konsumen. Aspek yang dinilai dalam kinerja produk mencakup variasi, mutu, dan ketersediaan.

2) Harga

Harga menjadi bagian yang penting dari suatu produk, mencerminkan tingkat mutu produk tersebut. Evaluasi terhadap harga seperti besarnya nominal, kesesuaian dengan nilai jual, serta pilihan atau perubahan harga yang tersedia bagi konsumen.

3) Promosi

Promosi dalam suatu produk barang jasa perlu dilakukan untuk menyampaikan informasi terkait manfaat, target secara efektif efisien.

4) Lokasi

Lokasi yang digunakan menjadi salah satu hal penting bagi tempat usaha karena berpengaruh pada konsumen. Penilaian lokasi ini mencakup posisi usaha, kemudahan akses ke tempat usaha dalam kelancaran jalur transportasi.

5) Pelayanan Karyawan

Pelayanan dari karyawan merupakan cara menanggapi keinginan dan kebutuhan konsumen agar merasa puas dan sesuai apa yang mereka harapkan.

6) Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari kelancaran suatu perusahaan guna menjadi lebih lancar. Terutama yang berhubungan langsung dengan konsumen. Penilaian bisa dari cara barang yang di tata, tempat untuk menitipkan barang bawaan, dan kebersihan fasilitas perusahaan.

7) Suasana

Suasana juga berpengaruh, jika tempat yang disediakan enak dan nyaman, konsumen akan betah. Yang dinilai seperti pencahayaan, kebersihan dan rasa aman.

b. Kualitas Layanan (X1)

Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Budiono, (2021) menyatakan bahwa terdapat lima indikator kualitas layanan antara lain:

1) Berwujud (*Tangibles*)

Merupakan sesuatu yang bisa dilihat, didengar dan disentuh. Didalam tangible juga termasuk lingkungan fisik, fasilitas dan penampilan dari kontak pribadi.

2) Keandalan (*Realibility*)

Merupakan cara bagaimana perusahaan memberikan pelayanan yang bisa dipercaya dan akurat.

3) Ketanggapan (*Responsive*)

Merupakan kesigapan respon karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat.

4) Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)

Merupakan pengetahuan dan kebaikan karyawan dan kemampuannya untuk memperoleh kepercayaan dan keyakinan dari konsumen

5) Empati (*Empathy*)

Merupakan kepedulian, perhatian individu yang diberikan perusahaan kepada konsumennya

c. Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan.

Menurut (Wirawan et al, 2019) ada 3 indikator kualitas produk antara lain :

1) Rasanya yang enak

Konsumen menilai Kualitas Layanan produk berdasarkan apa yang perusahaan berikan berdasarkan rasanya. Produk yang berasal dari merek terkenal dianggap lebih enak dan berkualitas di bandingkan dengan produk dengan merek yang tidak terkenal.

2) Fitur produk

Fitur produk adalah tambahan yang membuat produk lebih menarik dan bermanfaat bagi konsumen. Fitur dibuat untuk produk lebih berkualitas dan bermanfaat lebih dari manfaat standart sebelumnya.

3) Daya tahan kemasan

Daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu berapa lama produk dapat digunakan sebelum rusak atau diganti. Jika kualitas produk bagus dan semakin lama usia produk maka konsumen lebih menyukai dibanding produk yang cepat rusak.

d. Lokasi (X3)

Menurut Wirawan dan rekan-rekan (2019), dalam menentukan lokasi usaha diperlukan pertimbangan terhadap beberapa aspek penting sebagai berikut:

1) Kemudahan Akses

Lokasi sebaiknya mudah dijangkau, baik oleh kendaraan pribadi maupun transportasi umum, agar memudahkan konsumen dan memperlancar operasional usaha.

2) Tingkat Visibilitas

Tempat usaha idealnya dapat terlihat dengan jelas dari sudut pandang normal, sehingga mampu menarik perhatian calon pelanggan secara langsung.

3) Arus Lalu Lintas

Terdapat dua hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini:

- a) Tingginya mobilitas orang di sekitar lokasi dapat meningkatkan peluang terjadinya pembelian impulsif, yaitu pembelian secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya.
- b) Namun, kemacetan dan kepadatan lalu lintas juga bisa menjadi hambatan, misalnya dalam hal akses pelayanan darurat.

4) Area dan Kemampuan Ekspansi

Lokasi yang luas, nyaman, dan aman bagi pengunjung yang menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat sangat diutamakan. Selain itu, ketersediaan ruang untuk pengembangan atau perluasan usaha di masa depan juga menjadi nilai tambah.

5) Kondisi Lingkungan Sekitar

Lingkungan di sekitar lokasi usaha sebaiknya mendukung jenis usaha yang dijalankan. Contohnya, usaha kuliner akan lebih potensial jika berada dekat dengan kos-kosan, kampus, perkantoran, atau kawasan padat penduduk.

6) Kondisi Persaingan

Menentukan lokasi usaha juga harus mempertimbangkan keberadaan pesaing di area sekitar. Misalnya, untuk membuka warung telepon umum (wartel), perlu dianalisis apakah wilayah tersebut sudah dipenuhi oleh usaha serupa.

7) Peraturan dan Regulasi Pemerintah

Pemilihan lokasi harus memperhatikan aturan yang berlaku, seperti larangan membuka bengkel terlalu dekat dengan area permukiman demi menjaga kenyamanan dan keamanan warga sekitar.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dari respon untuk menjawab tujuan penelitian. Instrumen penelitian dan skala pengukur ada dalam tabel sebagai berikut:

- 1) Instrumen untuk mengukur kualitas layanan
- 2) Instrumen untuk mengukur kualitas produk
- 3) Instrument untuk mengukur lokasi
- 4) Instrumen untuk mengukur kepuasan konsumen

Instrumen dalam penelitian ini mengumpulkan beberapa data dari variabel, indikator dan pertanyaan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

NO	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	Kepuasan Konsumen	1. Produk 2. Harga 3. Promosi 4. Lokasi 5. Pelayanan karyawan 6. Fasilitas 7. Suasana	1. Saya merasa puas dengan produk yang di berikan. 2. Harga produk sesuai dengan kualitas yang diterima 3. Informasi mudah diakses dan sangat jelas 4. Lokasi mudah dan strategis untuk di jangkau 5. Pelayanan cepat dan tanggap 6. Fasilitas lengkap dan kondisi bersih terawat 7. Suasana nyaman dan betah	Ordinal	Fahriani & Febrianti (2022)
2	Kualitas Layanan	1. Berwujud (Tangibles) 2. Keandalan (Reliability) 3. Ketanggapan (Responsive) 4. Jaminan, Kepastian (Assurance) 5. Empati (Empathy)	1. Penampilan karyawan terlihat rapi 2. Layanan yang diberikan dapat diandalkan 3. Tidak perlu menunggu lama untuk dilayani 4. Karyawan bisa memberikan informasi dengan jelas 5. Karyawan memahami dan memberikan perhatian yang dibutuhkan	Ordinal	Budiono (2021)

3	Kualitas Produk	1. Rasanya yang enak 2. Fitur produk 3. Daya tahan kemasan	1. Produk memiliki rasa enak dan konsisten 2. Inovasi produk memenuhi ekspektasi 3. Kemasan menjaga kualitas produk	Ordinal	Wirawan <i>et al</i> (2019)
4	Lokasi	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Ekspansi 5. Lingkungan 6. Persaingan 7. Peraturan pemerintah	1. Tempat usaha mudah diakses dari berbagai arah 2. Terdapat papan nama yang jelas 3. Tidak mengalami kesulitan parkir di lokasi 4. Memiliki cukup ruang untuk menampung banyak konsumen 5. Tidak ada gangguan kebisingan dan bau tak sedap 6. Pesaing disekitar lokasi cukup tinggi 7. Tidak mengalami kesulitan administrasi di lingkungan ini	Ordinal	Wirawan <i>et al</i> , (2019)

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam ini yaitu:

3.7.1 Kuesioner

Koesioner adalah salah satu alat yang digunakan untuk mengumpulkan informasi data kejadian dari responden. Yang terdiri dari pertanyaan atau pernyataan yang telah disiapkan dan disusun oleh peneliti. Koesioner memiliki peran penting untuk memastikan kebenaran suatu data yang diperoleh dalam penelitian (Rosita *et al*, 2021).

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang biasa digunakan dalam mengukur perilaku, pandangan dan persepsi seseorang terhadap suatu fenomena yang terjadi.

3.7.2 Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan peneliti secara langsung di tempat yang diteliti. Observasi dilakukan agar peneliti terlibat langsung dan partisipatif dengan kondisi lingkungan yang sedang diteliti, untuk mengetahui permasalahan, kelemahan dan keunggulan obyek tersebut .

3.8 Teknik Analisi Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan teknik analisis data yang diarahkan untuk menjawab hipotesis yang telah dirumuskan. Menganalisis data dapat dilakukan dengan menggunakan analisis kuantitatif. Analisa kuantitatif adalah metode analisis dengan bagaimana variabel yang satu berhubungan dengan variabel lain dan mempererat hasil analisis data kuantitatif.

3.8.1 Pengujian Instrument

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pertanyaan didalam koesioner mampu mengukur apa yang ingin diukur peneliti. Instrumen dikatakan valid dari setiap pertanyaan memiliki nilai T hitung yang ditentukan (Rohaeni & Marwa, 2018).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat penilaian instrumen untuk mengukur hasil yang sama jika berulang kali mengukur hal sama, artinya jika alat ini nanti digunakan kembali halinya harus tetap sama. Suatu variabel dianggap riabel atau dapat

dipercaya jika nilai *Cronbach's-Alpha*-nya lebih dari 0.6, angka ini menunjukkan seberapa konsisten jawaban responden. Semakin tinggi angka dari minimal 0.6 maka bisa dipastikan hasil pengukurannya terpercaya (Rohaeni & Marwa, 2018).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data variabel didalamnya memiliki sebaran yang normal atau tidak. Uji ini dilakukan jika jumlah data kurang dari 30, jika data lebih 30 maka tidak perlu melakukan uji normalitas (Soewignyo, 2022). Untuk mengetahui normalitas dengan melihat nilai Asymp Sig, jika Asymp Sig > 0.05 maka dikatakan normal, sebaliknya jika nilai Asymp Sig < 0.05 maka data dikatakan tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel dalam model regresi. Jika terdapat hubungan yang sangat kuat bisa dilihat dengan bantuan alat ukur seperti VIF dan tolerance, jika nilai tolerance lebih besar dari 0.10 dan jika nilai VIF harus kurang 10, maka disimpulkan, tidak ada terdapat multikollinearitas (Soewignyo, 2022).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat perbedaan yang tiddak wajar dalam data dari perhitungan model regresi (Soewignyo, 2022). Dalam penelitian ini menggunakan uji spearma untuk mendeteksi masalah.

Cara menentukan hasil uji :

- 1) jika nilai signifikan lebih dari 0.05, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas
- 2) jika nilai signifikan kurang dari 0.05, maka ada masalah heteroskedastisitas

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda untuk mengetahui berapa besar pengaruh dari variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan lokasi (X3) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) di restoran Rawon Klakah di Lumajang. Analisis ini bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh satu sama lain (Aryandi & Onsardi, 2020). Yaitu:

$$Y = a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi dari Kualitas Layanan

β_2 = Koefisien regresi dari Kualitas Produk

β_3 = Koefisien regresi dari Lokasi

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Kualitas Produk

X3 = Lokasi

e = Standar error/Variabel pengganggu

3.8.4 Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Nilai t-hitung digunakan menguji variabel independent secara signifikan terhadap variabel yang terikat ataupun tidak (Aryandi & Onsardi, 2020).

Untuk menghitung t-hitung bisa menggunakan rumus dibawah ini:

$$t_i = \frac{b_j}{S_{b_j}}$$

Keterangan :

t_i = Nilai t-hitung

b_j = Koefisiensi Regresi

S_{b_j} = Kesalahan baku koefisiensi regresi

Kriteria pengujian :

- 1) Jika $\text{sig} < \text{Alpha}(0.05)$, maka keputusannya yaitu H_0 ditolak H_a diterima (variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial)
- 2) Jika $\text{sig} > \text{Alpha}(0.05)$, maka keputusannya yaitu H_0 diterima H_a ditolak (variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial).

3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan alat untuk mengukur persamaan regresi seberapa baik tidaknya diukur dari kontribusi dari variabel independen menjelaskan variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi R^2 adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 mendekati angka 0 bisa dikatakan kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen semakin lemah (Mariansyah & Syarif : 2020).