

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang berbasis pada paradigma positivistik dan dipakai untuk mengolah dan menganalisis sampel atau kelompok populasi tertentu. Setelah instrumen ukur digunakan dalam proses pengumpulan data, hipotesis diuji secara statistik. Metode ini berfokus pada hubungan sebab akibat antara variabel independent dan dependent. Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan bagaimana keduanya memengaruhi satu sama lain.

3.2 Objek Penelitian

Terdapat dua variabel independent dan satu variabel dependen yang merupakan subjek penelitian ini. Kepuasan pelanggan (Y) adalah variabel independent, dan variabel dependennya adalah *Service Quality* (X1) dan *Product diversity* (X2). Warung Bromo Asri Lumajang akan menjadi subjek penelitian ini.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Sebagaimana dijelaskan oleh Paramita *et al.* (2021), data utama untuk penelitian ini dikumpulkan melalui survei lapangan yang dilakukan secara langsung kepada sumber data dengan metode pengumpulan yang sah dan valid. Melakukan wawancara, menyebarkan kuesioner, mengunjungi responden, dan melakukan

pengamatan adalah semua metode yang digunakan untuk mengumpulkan data utama penelitian ini.

3.3.2 Sumber Data

Data yang dipakai dalam studi ini merupakan data eksternal, yaitu informasi yang didapat dari sumber di luar organisasi (Paramita *et al.*, 2021). Studi ini mendapatkan data eksternal dari jawaban konsumen Warung Bromo Asri.

3.4 Populasi, Sampel dan Tehknik Sampling

3.4.1 Populasi

Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2014), populasi adalah himpunan objek dan subjek yang mempunyai karakteristik khusus yang dijadikan fokus pengamatan untuk keperluan analisis dan simpulan penelitian. Penelitian ini menggunakan konsumen Warung Bromo Asri sebagai populasi, yang tidak di ketahui secara pasti jumlahnya.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2014), Sampel merupakan sebagian elemen dari populasi yang mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Ketika peneliti menghadapi keterbatasan dalam menjangkau seluruh populasi, pengambilan sampel menjadi solusi alternatif.

Menurut Sugiyono (2014), penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*, itu berarti tidak ada satu pun populasi yang memiliki kesempatan yang sama untuk digunakan sebagai sampel.

Peneliti menggunakan insidental sebagai teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik ini digunakan ketika seseorang bertemu secara kebetulan atau tidak sengaja, dan jika individu yang bertemu secara kebetulan dianggap sesuai sebagai sumber data, peneliti dapat menggunakan mereka sebagai sampel (Sugiyono, 2014). *Roscoe* menciptakan model pengambilan sampel, yang dikutip dalam (Sugiyono, 2015):

- a. Ukuran sampel yang ideal dalam suatu studi berkisar antara 30 sampai 500 orang.
- b. Jika sampel terdiri dari beberapa sub kelompok (misalnya berdasarkan jenis kelamin atau jenis pekerjaan), maka tiap kelompok minimal terdiri dari 30 orang.
- c. Untuk analisis multivariat seperti korelasi atau regresi, diperlukan jumlah sampel paling sedikit 10 kali dari jumlah variabel yang di analisis.
- d. Dalam penelitian eksperimen sederhana, jumlah peserta dalam masing-masing kelompok (eksperimen dan kontrol) berkisar antara 10 hingga 20 orang.

Studi ini menggunakan analisis multivariate, analisis berganda terdiri dari tiga variabel independent dan satu variabel dependent dengan ukuran sampel minimal 10. Dengan demikian, jumlah sampel yang diambil 20×3 variabel = 60 sampel.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014), Variabel penelitian adalah semua yang dipilih dengan peneliti untuk dikaji demi memperoleh data yang akan digunakan dalam

penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variable, yaitu:

a. Variabel Independen (Bebas)

Sebagian besar orang menyebut variabel ini sebagai stimulus, *predictor* atau antecedent. Dalam bahasa Indonesia, biasanya disebut variabel bebas. Variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan variabel dependent (terikat) berubah atau muncul disebut variabel bebas. Kualitas layanan (X1) dan keragaman produk (X2) adalah variabel bebas yang digunakan dalam studi ini.

b. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependent atau variabel terikat sering disebut dengan istilah variabel hasil, kriteria, atau konsekuen karena merupakan dampak dari variabel bebas. Pada penelitian ini, kepuasan pelanggan ditetapkan sebagai variabel terikat (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

a. Service Quality

Kotler (2016) mendefinisikan *Service Quality* sebagai kemampuan suatu organisasi untuk memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Kualitas layanan adalah elemen penting dalam pemasaran modern karena berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.

b. Keragaman Produk

Keragaman produk (*product diversity*) mengacu pada variasi produk yang tersedia oleh perusahaan untuk memenuhi persyaratan dan keinginan berbagai segmen pasar. Dengan keragaman produk, perusahaan dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan mengurangi risiko tergantung pada satu jenis produk (Kotler & Keller, 2016).

c. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2008) adalah seberapa kuat perasaan seseorang setelah melihat perbandingan keuntungan yang dirasakan oleh keuntungan yang diharapkan adalah ukuran kepuasan pelanggan. Perilaku atau reaksi emosional klien atas layanan yang telah mereka terima, yang berhubungan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, disebut kepuasan pelanggan.

3.5.3 Definisi Operasional

a. *Service Quality*

Kualitas layanan adalah tingkatan keunggulan layanan yang dirasakan pelanggan dibandingkan dengan harapan mereka. Kualitas layanan menentukan sejauh mana suatu organisasi mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Indikator *Service Quality* menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2019) dibagi menjadi 5, yaitu meliputi:

1. Aspek Fisik (*Tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Kepedulian (*Empathy*)

Dengan mempertimbangkan indikator berikut, kuesioner dapat dibuat untuk mengumpulkan tanggapan responden:

1. Peralatan makan dan minum yang digunakan di Warung Bromo Asri bersih dan masih layak digunakan

2. Pramusaji Warung Bromo Asri selalu memberikan informasi yang akurat dan jelas.
3. Pramusaji Warung Bromo Asri cepat dalam merespon permintaan konsumen.
4. Pramusaji Warung Bromo Asri mampu menyelesaikan keluhan konsumen dengan bijak.
5. Pramusaji Warung Bromo Asri menunjukkan perhatian yang tulus terhadap kebutuhan dan masalah konsumen.

b. Keragaman Produk

Keragaman produk adalah strategi pemasaran yang melibatkan pengelolaan dan pengembangan variasi produk berdasarkan desain, fungsi, harga, dan kualitas. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan berbagai segmen pasar, menjangkau lebih banyak konsumen, memberikan alternatif pilihan, serta mengurangi risiko ketergantungan pada satu jenis produk.

Menurut Kotler (2015), persepsi konsumen tentang keragaman produk dapat dikategorikan menjadi beberapa indikator penting, yaitu

- 1) Variasi merek produk
- 2) Variasi kelengkapan produk
- 3) Variasi ukuran produk
- 4) Variasi kualitas produk

Dengan mempertimbangkan indikator berikut, kuesioner dapat dibuat untuk mengumpulkan tanggapan responden:

1. Warung Bromo Asri menyediakan berbagai merek produk minuman dan bahan makanan yang saya sukai.

2. Warung Bromo Asri menyediakan menu yang lengkap dengan berbagai pilihan makanan dan minuman.
3. Warung Bromo Asri menyediakan porsi makanan dengan variasi ukuran yang sesuai dengan kebutuhan saya.
4. Kualitas produk makanan yang disediakan restoran ini selalu konsisten dan memuaskan.

c. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai perasaan yang timbul ketika manfaat yang diterima melebihi harapan. Hal ini berkaitan dengan kualitas produk atau jasa yang digunakan serta pencapaian kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Merujuk pada indikator tersebut, kuesioner berikut ini disusun guna mengumpulkan data dari responden:

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat membeli kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasi

Atas dasar indikator yang telah dipaparkan sebelumnya, kuesioner berikut dirancang untuk menghimpun informasi dari para responden:

1. Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan warung bromo asri
2. Saya berminat untuk kembali mengunjungi Warung Bromo Asri di lain waktu
3. Saya merekomendasikan Warung Bromo Asri ke keluarga dan teman-teman

3.6 Instrumen penelitian

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian dikenal sebagai instrumen penelitian., yang berfungsi untuk mengamati dan mengukur fenomena tertentu, sementara skala pengukuran berperan sebagai panduan dalam menentukan rentang nilai pada instrumen agar diperoleh data yang bersifat kuantitatif. Menurut Paramita (2019), digunakan skala ordinal sebagai alat ukur, yang merupakan skala yang menampilkan data dalam urutan tertentu. Instrumen yang dimanfaatkan dalam pelaksanaan penelitian ini meliputi:

Table 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	<i>Service Quality</i> (kualitas layanan)	<i>Tangible</i> (Berwujud)	Peralatan makan dan minum yang digunakan di Warung Bromo Asri bersih dan masih layak digunakan	Ordinal	Tjiptono (2019)
		<i>Reliability</i> (Keandalan)	Pramusaji Warung Bromo Asri selalu memberikan informasi yang akurat dan jelas.		
		<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	Pramusaji Warung Bromo Asri cepat dalam merespon permintaan konsumen.		
		<i>Assurance</i> (Jaminan)	Pramusaji Warung Bromo Asri mampu menyelesaikan keluhan konsumen dengan bijak.		
		<i>Empathy</i> (Empati)	Pramusaji Warung Bromo Asri menunjukkan perhatian yang tulus terhadap kebutuhan dan masalah konsumen.		
2.	Keragaman Produk	Variasi merek produk	Warung Bromo Asri menyediakan berbagai merek produk minuman dan bahan makanan yang saya sukai	Ordinal	Kotler (2015)
		Variasi kelengkapan produk	Warung Bromo Asri menyediakan menu yang lengkap dengan berbagai pilihan makanan dan minuman.		
		Variasi ukuran produk	Warung Bromo Asri menyediakan porsi makanan dengan variasi		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			ukuran yang sesuai dengan kebutuhan saya		
		Variasi kualitas produk	Kualitas produk makanan yang disediakan restoran ini selalu konsisten dan memuaskan		
3.	Kepuasan Konsumen	Kesesuaian harapan	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan warung bromo asri	Ordinal	Tjiptono (2015)
		Minat membeli kembali	Saya berminat untuk kembali mengunjungi Warung Bromo Asri di lain waktu		
		Kesediaan merekomendasi	Saya merekomendasikan Warung Bromo Asri ke keluarga dan teman-teman		

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2015), observasi merupakan metode pengumpulan data yang berbeda dari wawancara dan kuesioner, karena tidak hanya melibatkan interaksi dengan manusia, melainkan juga dapat diarahkan pada objek-objek di lingkungan alam (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, pengamatan dilakukan langsung di Warung Bromo Asri Lumajang.

3.7.2 Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menyajikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden, yang kemudian dijawab secara mandiri. Teknik ini cocok digunakan apabila peneliti sudah memahami dengan jelas variabel yang diteliti dan memperkirakan respon dari partisipan (Sugiyono, 2014).

Sugiyono (2015) mengatakan Skala Likert digunakan sebagai alat untuk menilai pandangan, sikap, serta persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu

gejala atau peristiwa sosial. Skala ini kemudian digunakan untuk membagi variable dalam kuesioner. Selanjutnya, indikator digunakan sebagai dasar untuk membuat instrumen yang terdiri dari pernyataan. Beberapa bentuk skala likert adalah:

- | | |
|-------------------------------|---|
| a. Respon sangat setuju | 5 |
| b. Respon setuju | 4 |
| c. Respon netral | 3 |
| d. Respon tidak setuju | 2 |
| e. Respon sangat tidak setuju | 1 |

3.8 Teknis Analisis Data

Menurut Sugiyono (2020), analisis data merupakan tahapan sistematis yang melibatkan proses pengumpulan, pengelompokan, dan pengorganisasian data dari wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan, lalu menyusunnya ke dalam pola tertentu, merinci data penting, dan menyimpulkannya agar mudah dipahami oleh peneliti dan pihak lain.

3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan seberapa akurat data yang dikumpulkan oleh peneliti mencerminkan keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti. Data dikatakan valid apabila tidak terdapat perbedaan antara hasil pengukuran peneliti dan kenyataan di lapangan. Pengujian validitas dilakukan melalui analisi faktor dengan cara mengkorelasi skor setiap item dengan total skor. Bila nilai korelasi positif dan $\geq 0,3$, maka item tersebut dianggap memiliki konstruk yang kuat dalam penelitian ini

apabila nilai korelasi antara skor suatu item dengan skor total kurang dari 0,3, maka item tersebut dianggap tidak memenuhi syarat validitas dan sebaiknya tidak digunakan dalam instrumen penelitian (Sugiyono, 2014).

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengevaluasi seberapa konsisten hasil kuesioner ketika diujikan kembali pada subjek yang sama pada waktu yang berbeda (Paramita *et al.*, 2021).

Menurut Nugroho (2011), pengujian reabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Coeficient Alpha Cronbach*, yang digunakan untuk mengukur seberapa reliabel suatu instrumen.

Tabel 3.2. Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601 – 0,80	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011:33)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan bahwa data variable independen berdistribusi normal. Pada penelitian ini, proses pengujian dilakukan dengan *normal probability plot* pada output SPSS. Jika titik-titik data mengikuti pola garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data telah memenuhi asumsi normalitas (Paramita *et al.*, 2021).

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas merupakan situasi di mana ada korelasi yang tinggi antara dua atau lebih variabel independent dalam model regresi. Idealnya, variabel bebas tidak saling terkait erat antara satu dengan yang lainnya. Kondisi ini menyebabkan kesulitan dalam memperoleh estimasi yang tepat karena tingginya varians. Multikolinearitas diuji dengan melihat nilai VIF. Jika nilai VIF berada di bawah 10, maka model dapat dikatakan lolos dari multikolonieritas (Paramita *et al.*, 2021).

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas menurut Ghozali (2018) bertujuan untuk mengevaluasi apakah varian dari error (residual) bersifat konstan di seluruh pengamatan dalam regresi. Model yang baik harus bersifat homoskedastis. Salah satu cara menguji hal ini adalah dengan melihat pola sebar pada grafik antara residual dan nilai yang diprediksi. Jika residual menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, maka asumsi terpenuhi homoskedastisitas terpenuhi. Sebaliknya, pola khusus seperti bentuk kipas atau gelombang menunjukkan kemungkinan adanya heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2012), regresi berganda merupakan metode analisis yang digunakan untuk memperkirakan nilai variabel terikat berdasarkan fluktuasi dua atau lebih variabel bebas. Analisis ini dilakukan jika jumlah variabel prediktor sedikitnya dua. Jika terdapat tiga prediktor, maka bentuk persamaan regresinya adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variable dependen (Kepuasan Konsumen)

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

X_1 = Variabel1 (*Service Quality*)

X_2 = Variabel2 (Keragaman Produk)

e = error

3.8.4 Uji Hipotesis

Setelah regresi linier berganda dilakukan, langkah berikutnya adalah menguji hipotesis untuk mengetahui persepsi sebagai variabel independen memberikan pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel independent secara individu dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependent (Ghozali, 2018). Dengan kata lain, uji ini menilai pengaruh masing-masing variabel X terhadap Y secara parsial.

Kriteria pengujian tingkat signifikansi (α) = 5%, berdasarkan uji hipotesis dengan uji t, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

b. Uji F (Uji Simultan)

Ghozali (2018) mengatakan bahwa uji F digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel bebas dalam model memiliki pengaruh secara kolektif terhadap variabel terikat. Dalam kasus ini, uji F digunakan untuk mengukur pengaruh bersama dari kualitas layanan dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa tahapan dilakukan dalam proses uji F, antara lain:

1) Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *Service Quality* dan keragaman produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen Warung Bromo Asri Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh *Service Quality* dan keragaman produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen Warung Bromo Asri Lumajang.

2) Menentukan tingkat signifikan dan derajat kebebasan

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05.

Derajat kebebasan (*degree of freedom/df*) untuk pembilang adalah $df_1 = k - 1$ (jumlah variabel independen), sedangkan untuk penyebut $df_2 = n - k$ (jumlah total sampel dikurangi jumlah variabel independen).

Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) diterima, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

3) F_{hitung} dan F_{tabel}

a) F_{hitung} dapat dilihat di tabel ANOVA

b) F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik.

4) Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

a) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

b) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Riyanto & Hatmawan (2020) menyatakan bahwa koefisien determinasi menunjukkan persentase variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh model regresi melalui variabel independen. Untuk membangun model estimasi yang tepat, digunakan metode regresi linier dengan perhitungan standar error untuk mengukur akurasi hasilnya. Jika nilai R^2 mendekati 1, maka kemampuan prediktif dari variabel bebas terhadap variabel dependen dianggap tinggi.

Koefisien determinasi bernilai antara 0 sampai 1. Apabila nilainya rendah, maka kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat tergolong kecil. Namun, nilai yang tinggi mendekati 1 mengindikasikan bahwa variabel independen memberikan pengaruh yang besar dalam prediksi variabel dependen, dan model dikategorikan akurat. Penelitian ini memanfaatkan koefisien determinasi untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel *Service Quality* dan Keragaman Produk dalam memengaruhi tingkat Kepuasan Konsumen Warung Bromo Asri Lumajang.