

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 1. Rancangan Penelitian

Berdasarkan karakteristik masalah yang diteliti, penelitian ini merupakan tipe penelitian korelasional (*correlational research*) karena ini merupakan tipe penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi variabel-variabel dalam situasi tertentu yang mempengaruhi suatu fenomenal yang sedang ditinjau, untuk menentukan tingkat hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam suatu populasi, dan dapat mengetahui beberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat serta berapa arah hubungan yang terjadi. Menurut Indriantoro (2009:26-27) “penelitian korelasional (*correlational research*) merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan korelasional antara dua variabel atau lebih, dan tujuannya adalah untuk menentukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel.”

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Rully dan Poppy (2014:51) menyatakan bahwa: “Metode penelitian kuantitatif adalah satu bentuk penelitian ilmiah yang mengkaji satu permasalahan dari suatu fenomena, serta melihat kemungkinan kaitan atau hubungan-hubungannya antar variabel dalam permasalahan yang ditetapkan. Kaitan atau hubungan yang dimaksud bisa berbentuk hubungan kausalitas atau fungsional. Hubungan kausalitas adalah hubungan antar variabel dimana perubahan satu variabel menyebabkan perubahan variabel lainnya tanpa adanya kemungkinan akibat kebalikannya. Sedangkan pada

hubungan fungsional adalah kedua variabel atau lebih karena sifat atau fungsinya, perubahan satu variabel menyebabkan variabel lain berubah.”

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel independen (X) yaitu kualitas produk (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan konsumen.

## **2. Obyek Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah Konsumen CV. Andaku Konveksi di Lumajang yang alamat kantornya berlokasi di Jln. Sastrodikoro No. 32 Lumajang. Pertimbangan-pertimbangan yang mendasari di CV. Andaku konveksi adalah:

1. Perkembangan produk Konveksi yang cukup pesat sehingga mampu bersaing dengan produk-produk yang lainnya.
2. Lokasi yang berada tidak jauh dari dalam kota, sehingga mudah dalam melakukan penelitian.
3. Ketersediaan bahan dan kondisi lokasi yang mendukung untuk dilakukannya penelitian.

Obyek dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan, variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

### **3. Sumber dan Jenis Data**

#### **3.1. Sumber Data**

Istijanto (2009:35) informasi yang dihasilkan oleh riset pemasaran yang merupakan hasil akhir proses pengolahan selama berlangsung riset. Informasi pada dasarnya berujung awal dari bahan mentah yang disebut data sehingga sering juga disebut sebagai data mentah (*raw data*).

##### **3.1.1 Data Internal**

Data internal adalah “data yang bersifat intern atau dari dalam perusahaan yang bersangkutan” (Istijanto,2009:39). Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari CV. Andaku Konveksi di Lumajang. Berupa data jumlah konsumen, dasar hukum penelitian dan surat perijinan.

##### **3.1.2 Data Eksternal**

“Data eksternal merupakan data dari luar organisasi” (Isijanto, 2009:41). Sesuai dengan kata eksternal yang berarti dari luar, data eksternal merupakan data dari luar perusahaan. Artinya, yang mengumpulkan atau mempublikasikan data tersebut bukan perusahaan yang bersangkutan, melainkan organisasi lain, seperti pemerintah, organisasi nirlaba atau yayasan, asosiasi dagang, perusahaan investasi atau perusahaan riset. Data eksternal dalam

penelitian ini adalah data konsumen yang melakukan pembelian produk CV. Andaku Konveksi di Lumajang.

### **3.2. Jenis Data**

#### **3.2.1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa digunakan oleh peneliti (Umar, 2008:42). Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Dalam riset sumber daya manusia, data primer diperoleh langsung dari sumbernya, sehingga periset menjadi tangan pertama yang memperoleh data tersebut (Istijanto, 2008:38).

#### **3.2.2. Data Sekunder**

Sesuai dengan arti kata sekunder (*secondary*) yang berarti kedua (bukan secara langsung dari sumbernya) data sekunder dapat didefinisikan sebagai data yang telah dikumpulkan pihak lain, bukan oleh periset sendiri untuk tujuan lain. Artinya, periset adalah tangan kedua yang sekedar mencatat, mengakses atau meminta data tersebut (yang kadang sudah berwujud informasi) ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan. Periset hanya memanfaatkan data yang ada untuk penelitiannya. Keberadaan data sekunder tidak dipengaruhi riset yang akan dijalankan peneliti, sebab data tersebut susah disediakan pihak lain secara berkala atau pada waktu tertentu (Istijanto, 2010:33).

## 4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

### 4.1. Populasi

Sugiyono (2015:119) menyatakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah konsumen yang telah melakukan pembelian produk di CV. Andaku Konveksi di Lumajang periode tahun 2017/2018.



### 4.2 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah “bagian dari populasi (contoh), untuk dijadikan sebagai bahan penelaahan dengan harapan contoh yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili (*representative*) terhadap populasinya” (Supangkat,2007:4). Menurut Sugiyono (2008:81), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative*.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, yang akan digunakan untuk menduga karakteristik populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah para konsumen yang telah melakukan pembelian produk CV. Andaku Konveksi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2012:118) menyatakan bahwa “*Simple Random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”. Sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:120)”.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Rescoe dalam bukunya *Research Methods For Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2015:164), sebagai berikut

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain2) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel  $10 \times 5 = 50$

- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil minimal =  $10 \times 4$  variabel = 40 anggota sampel.



## **5. Teknik Pengumpulan Data**

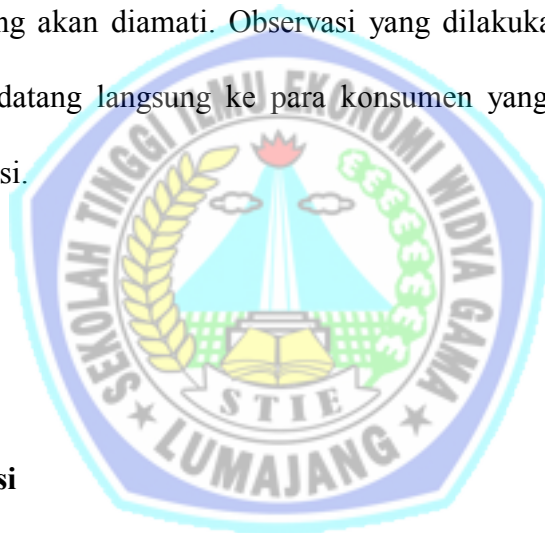
Dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview atau wawancara, kuesioner atau angket, observasi atau pengamatan dan gabungan ketiganya. (Sugiyono,2008:137). Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan beberapa cara atau teknik, sebagai berikut.

### **5.1 Observasi**

Sugiyono(2008:145) menyatakan bahwa “observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik

yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner.” Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Penelitian ini menggunakan observasi terstruktur yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan dimana tempatnya. Jadi observasi terstruktur dilakukan apabila peneliti telah tahu dengan pasti tentang variabel apa yang akan diamati. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan datang langsung ke para konsumen yang membeli produk CV. Andaku Konveksi.



## **5.2 Dokumentasi**

Dokumentasi adalah “data yang tercantum dalam berbagai jenis itu merupakan satu-satunya alat untuk mempelajari permasalahan tertentu, antara lain karena tidak dapat diobservasi lagi dan tidak dapat diingat lagi” (Koentjaraningrat,1997:48).

Penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat dan mengkopi dokumen yang ada di lokasi penelitian. Penelitian mengumpulkan, mencatat dokumen melalui menyebarkan dan mengisi responden (kuesioner) dengan para



konsumen CV. Andaku Konveksi di Lumajang. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian dengan cara membaca literatur-literatur.

### 5.3 Kuesioner

Penelitian ini menggunakan kuesioner berupa pertanyaan atau pertanyaan tertutup yang diberikan kepada responden secara langsung. Dalam pertanyaan tertutup, responden diberikan alternative jawaban dan cukup memilih jawaban yang dianggap paling cocok dengan pendapatnya. Dalam pertanyaan tertutup, jawaban responden cenderung singkat, sebab responden cukup memilih alternative yang tersedia (Istijanto,2010:63).

Sugiyono (2008:142), kuesioner merupakan “teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.” Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar diwilayah yang luas.

Sedangkan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Istijanto (2010:74) perancangan skala perlu dilakukan periset jika peneliti yang dijalankan merupakan riset kuantitatif. Pada dasarnya, skala merupakan angka yang diaplikasikan untuk memudahkan pengukuran. Dalam kehidupan sehari-hari, skala digunakan ketika orang mengukur sesuatu.

Sugiyono (2008:93), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang *fenomena social*. Dalam penelitian, *fenomenal social* ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan negative. Sugiyono (2008:93) mengemukakan bahwa untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawab itu dapat diberi skor, misalnya :

- 
- \* SS = Sangat Setuju diberi skor 5
  - \* ST = Setuju diberi skor 4
  - \* RG = Ragu-ragu diberi skor 3
  - \* TS = Tidak Setuju diberi skor 2
  - \* STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

### 3.4 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data – data yang diperlukan dalam penelitian dengan cara membaca literatur – literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Untuk

memperoleh teori – teori yang mendukung penelitian ini, peneliti melakukan studi keperpustakaan.

## **6. Variabel Penelitian**

### **3.1. Identifikasi Variabel**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah “segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono,2008:38). Sedangkan menurut Kerlinger (dalam Sugiyono, 2008:38) menyatakan bahwa “variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. “Diberikan contoh misalnya, tingkat aspirasi, penghasilan, pendidikan, status sosial, jenis kelamin, golongan gaji, produktifitas kerja, dan lain-lain. Dibagian lain Kerlinger menyatakan bahwa variabel dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari satu yang berbeda (*different values*).

Dalam penelitian ini menggunakan 4 (empat) variabel terdiri dari 3 (tiga) variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan, dan 1 (satu) variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

#### **1. Variabel Independen**

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2012:59).

Variabel independen adalah “tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel independen dinamakan pula dengan variabel yang diduga sebagai sebab dan juga dapat disebut sebagai variabel yang mendahului (*antecedent variable*)” (Indriantoro dan Bambang, 2009:63). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3).

## **2. Variabel Dependen**

Indriantoro dan Bambang (2009:63) Variabel dependen adalah “tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Dinamakan pula dengan variabel yang diduga sebagai akibat (*presumed effect variable*) dan juga disebut sebagai variabel konsekuensi (*consequent variable*).”

Variabel dependen sering disebut “sebagai variabel out put, criteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, Karena adanya variabel bebas” (Sugiyono, 2008:39). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

## **6.2 Definisi Konseptual Variabel**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Konsumen. Teori yang mendasari konsep Pengaruh Kualitas Produk, Harga,

Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini adalah literature-literature yang berhubungan dengan keempat variabel.

### **6.2.1 Kualitas Produk (X1)**

Kotler dan Keller (2009:143) bahwa: kualitas produk adalah “totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan. Penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Pelanggan yang memuaskan sebagai besar kebutuhan pelanggannya sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas, tetapi kita harus membedakan antara kesesuaian kualitas dan kinerja (atau tingkat) kualitas.”

### **6.2.2 Harga (X2)**

Kotler dan Keller (2008:67) bahwa: harga adalah “satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapat, elemen lain menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran yang disesuaikan, fitur saluran produk dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan *positioning* nilai yang dimaksud dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar”.

### **6.2.3 Kualitas Pelayanan (X3)**

Kotler (2005), kualitas pelayanan adalah “setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.

### **6.2.4 Kepuasan Konsumen (Y)**

Kotler dan Keller (2009:138), menyatakan bahwa kepuasan konsumen “merupakan perasaan senang dan kecewaseseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”.

## **6.3 Definisi Operasional Variabel**

### **a) Harga (X1)**

Harga dalam penelitian ini adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pembeli untuk mendapat produk tertentu. Harga ini diungkapkan dengan berbagai istilah seperti tarif, iuran, sewa, dan sebagainya.

Menurut Swastha (2010:125) indikator harga diketahui sebagai berikut :

1. Kemampuan beli

2. Kualitas produk
3. Potongan harga
4. Daya saing

Berdasarkan indikator tentang harga tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban skala likert, sebagai berikut:

- 1) Harga produk CV. Andaku Konveksi sesuai dengan kemampuan beli saya
- 2) Harga produk CV. Andaku Konveksi sesuai dengan kualitas produk yang saya beli
- 3) Pembelian produk CV. Andaku Konveksi dalam jumlah besar akan mendapatkan potongan harga
- 4) Harga produk CV. Andaku Konveksi bisa bersaing dengan merek lain

#### **b) Kualitas Produk (X2)**

Kualitas produk dalam penelitian ini adalah totalitas figur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Keller, 2008:143).

Menurut Sumarwan, beberapa indikator variable independen kualitas produk adalah sebagai berikut:

- 1) Reabilitas *Conformance*

- 2) Kinerja
- 3) Durabilitas
- 4) Fitur
- 5) Servis
- 6) Penampilan reputasi

Berdasarkan indikator tentang kualitas produk tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert, sebagai berikut:

- 1) Produk di CV. Andaku Konveksi dapat diandalkan
- 2) Kualitas produk di CV. Andaku Konveksi lebih baik dari produk lainnya
- 3) Produk di CV. Andaku Konveksi bersifat fleksibel untuk kebutuhan yang bersifat mendadak diluar perkiraan hitungan awal
- 4) Produk di CV. Andaku Konveksi memberikan potongan harga dalam pemesanan jumlah besar
- 5) Produk di CV. Andaku Konveksi lebih bervariasi
- 6) Produk di CV. Andaku Konveksi memiliki reputasi nama yang baik

**c) Kualitas Pelayanan (X3)**

Kualitas pelayanan dalam peneliti ini adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak



terwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Menurut Ratnasari dan Aksa (2011:103-104), indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

- 1) *Tangible* (bukti fisik)
- 2) *Realibility* (keandalan)
- 3) *Responsiveness* (ketanggapan)
- 4) *Assurance* (jaminan dan kepastian)
- 5) *Emphaty* (empati/kepedulian)

Berdasarkan indikator tentang kualitas pelayanan tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert, sebagai berikut:

- 1) Mampu memberikan fasilitas fisik, pegawai, dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3) Kemampuan dalam membantu para agen dan memberikan pelayanan yang tanggap
- 4) Kemampuan pegawai dalam pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya, bebas dari bahaya, risiko, dan keragu-raguan
- 5) Kemampuan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

#### **d) Kepuasan Konsumen (Y)**

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah “kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”(Kotler dan Keller, 2009:138).

Adapun indikator menurut Tjiptono, dalam Alman (2018:29) dari variabel dependen kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- 1) Manfaat jasa
- 2) Kecepatan layanan
- 3) Ketepatan layanan
- 4) Jaminan kepastian
- 5) Perhatian dan keramahan personil dalam melayani pelanggan.

Berdasarkan indikator tentang kepuasan konsumen tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert, sebagai berikut:

- 1) Saya merasa puas dengan menjadi pelanggan produk di CV. Andaku Konveksi
- 2) Saya merasa puas dengan kecepatan pelayanan di CV. Andaku Konveksi

3) Saya merasa puas dengan ketetapan pelayanan transaksi di CV. Andaku Konveksi

4) Saya merasa puas dengan jaminan kepastian keamanan dalam menggunakan jasa produk di CV. Andaku Konveksi

5) Saya merasa puas dengan perhatian dan keramahan di CV. Andaku Konveksi dalam melayani pelanggan

## 7. Instrumen Penelitian

“Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam, oleh karena itu harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian dinamakan *instrument* penelitian yaitu suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati, secara spesifik fenomena ini disebut dengan variabel penelitian” (Sugiyono, 2009:146).

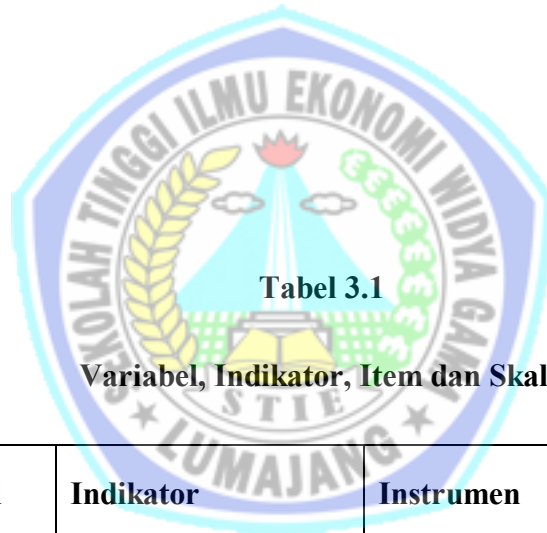
Jumlah instrumen yang digunakan dalam penelitian tergantung jumlah variabel yang diteliti. Instrumen penelitian sudah ada yang dibakukan tetapi masih ada yang harus dibuat peneliti sendiri. Karena instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan untuk menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrument harus mempunyai skala pengukuran.

Sugiyono (2009:131) menyatakan bahwa “skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya

interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.”

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah “skala ordinal yang akan menghasilkan data ordinal yaitu data yang dinyatakan dalam skala peringkat” (Tabachnik dan Fidell dalam Kuncoro,2007:23).

Dalam penelitian ini pembuatan instrument penelitian pengumpulan data dari variabel dimensi, indikator dan nomor item pernyataan yang disatukan pada tabel sebagai berikut :



**Tabel 3.1**

**Variabel, Indikator, Item dan Skala**

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Likert	Sumber
1.	Harga (X1)	Kemampuan beli	1. Harga produk sesuai dengan kemampuan beli saya	Ordinal	Edi Sunarto (2017)
		Kualitas produk	2. Harga produk yang sesuai dengan kualitas produk yang saya beli		
		Potongan harga	3. Pembelian produk jumlah besar akan mendapatkan potongan harga		
		Daya saing	4. Harga produk bisa bersaing dengan produk merk lain		

2.	Kualitas Produk (X2)	Realibilitas Comformance	1. Produk di CV. Andaku Konveksi dapat diandalkan	Ordinal	Sumarwan (2009:15)
		Kinerja	2. Kualitas produk di CV. Andaku lebih baik dari produk lainnya		
		Durabilitas	3. Produk di CV. Andaku Konveksi bersifat fleksibel untuk kebutuhan yang bersifat mendadak di luar perkiraan hitungan awal		
		Fitur	4. Produk di CV. Andaku Konveksi memberikan potongan harga dalam pemesanan jumlah besar.		
		Servis	5. Produk di CV. Andaku Konveksi lebih bervariasi		
		Penampilan reputasi	6. Produk di CV. Andaku Konveksi memiliki reputasi nama yang baik		
3	Kualitas Pelayanan (X3)	Tangibles (Bukti Fisik)	1. Mampu memberikan fasilitas fisik, pegawai, dan sarana komunikasi	Ordinal	Ratnasari dan Aksa (2011:103-104)
		Realibility (Keandalan)	2. Kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.		
		Responsiveness (Ketanggapan)	3. Kemampuan dalam membantu para agen dan memberikan pelayanan yang tanggap		
		Assurance (Jaminan dan Kepastian)	4. Kemampuan pegawai dalam pengetahuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya.		
		Emphaty (Empati/Kepedulian)	5. Kemampuan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, prihatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan		

4.	Kepuasan Konsumen (Y)	Manfaat jasa	1. Saya merasa puas dengan menjadi pelanggan produk di CV. Andaku Konveksi	Ordinal	Tjiptono, dalam Almanan (2018:29)
		Kecepatan pelayanan	2. Saya merasa puas dengan kecepatan pelayanan di CV. Andaku Konveksi		
		Ketetapan layanan	3. Saya merasa puas dengan ketetapan pelayanan transaksi di CV. Andaku Konveksi		
		Jaminan kepastian	4. Saya merasa puas dengan jaminan kepastian keamanan dalam menggunakan jasa produk di CV. Andaku Konveksi		
		Perhatian dan Keramahan dalam melayani pelanggan	5. Saya merasa puas dengan perhatian dan keramahan di CV. Andaku Konveksi dalam melayani pelanggan.		

## 8. Teknik Analisis Data

Sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan “analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan asosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini” (Sugiyono, 2009:35).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis uji

pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan Heteroskedastisitas.

## **8.1 Pengujian Instrumen Penelitian**

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan realibilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjaring data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliable untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

Siregar (2013:46) Instrumen penelitian adalah “suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama”.

### **8.1.1. Pengujian Validitas**

Umar (2011:166) menyatakan bahwa “uji validitas berguna untuk mengetahui apakah pertanyaan – pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujian dilakukn secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan paket komputer SPSS. Untuk menguji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini, digunakan pengolahan data melalui SPSS

(*Statistical Product and Service Solutions*) dengan menggunakan rumus korelasi *Product moment* (Umar,2003:84) sebagai berikut :

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah observasi/responden

x = Skor pertanyaan

Y = Skor total

Sugiyono (2008:134) menyatakan bahwa: “syarat minimum untuk suatu data kualitatif dianggap memenuhi syarat validitas apabila r minimal bernilai 0,3 jadi korelasi antara butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid”.

### 8.1.2. Pengujian Reliabilitas

“Reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda” (Sugiyono, 2008:137). “Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula” (Siregar, 2013:55).

“Jika dilakukan dua kali pengujian dalam waktu yang berbeda, akan dapat di analisis enam koefisien reliabilitas. Bila keenam koefisien korelasi itu semuanya



positif maka dapat dinyatakan bahwa instrumen tersebut reliabel” (Sugiyono, 2015:215).

Metode pengukuran reliabilitas yang sering digunakan adalah metode *Alpha Cronbach*(  $\alpha$  ). Koefisien *Alpha Cronbach* menunjukkan sejauh mana kekonsistenan responden dalam menjawab instrumen yang dinilai. Adapun rumusnya adalah Azwar(dalam Nugroho,2011:28) :



Keterangan :

$\alpha$  = Koefisien reliabilitas

$S_1^2$  = Varians skor belahan ke 1 (pertanyaan nomor ganjil)

$S_2^2$  = Varians skor belahan ke 2 (pertanyaan nomor genap)

$S^2$  = varians skor total

$Y_i$  = Jumlah skor atribut pada kelompok/belahan i

$X_{ij}$  = Jumlah skor atribut pada masing-masing pengisian item-  
item

= Jumlah sampel / responden

Nugroho (2011:33) menyatakan bahwa: “uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*”. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

**Indeks Kriteria Reliabilitas**

No	Interval Alpha Cronbach	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)

**8.2. Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda**

Atmaja (2009:184), mengatakan asumsi – asumsi tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*) memiliki hubungan yang linier (garis lurus).
- b. Variabel dependen harus kontinyu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama untuk nilai prediski Y. Artinya, nilai  $(Y - Y')$

harus sama untuk nilai  $Y'$ . Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut '*homoscedasticity*'. Selain itu, nilai *residual* atau  $(Y-Y')$  harus terdistribusi secara normal dengan rata – rata nol.

- c. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut "*autocorelation*" atau "autokorelasi". Autokorelasi sering terjadi jika data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series data*).
- d. Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel – variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif), disebut "*multicollinearity*".

#### **d.2.1. Pengujian Normalitas Data**

"Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik berdistribusi normal atau mendekati normal yang dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memnuhi asumsi normalitas. Uji kenormalan data juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan Uji Kolmogorov-Smirnov." (Umar, 2011:181).

Normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut :

1. Menggunakan pengukur bentuk (*measure of shape*) distribusi yang normal mempunyai bentuk simetris dengan nilai mean, median, dan mode yang mengumpulkan di satu titik tengah.
2. Pengujian normalitas dapat juga dilakukan dengan rumus skewness. Untuk itu digunakan uji Z yang membutuhkan suatu nilai static yaitu nilai *skweness* sebagai ukuran kemencengan sebaran. Jika *skweness* bernilai positif berarti sebaran data melenceng ke kiri dan sebaliknya, jika bernilai negative berarti sebaran data menceng ke kanan.

Z =

3. Selanjutnya nilai Z hitung dibandingkan dengan nilai Z table, tanpa memperhatikan tandanya. Jika nilai Z hitung lebih kecil dari nilai Z tabel maka asumsi normalitas terpenuhi atau data berada dalam distribusi normal.
4. Pengujian normalitas dapat juga dihitung dengan menggunakan *metode Kolmogorov Smirov*.

"Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan cara lain yaitu dengan melihat normal probability plot pada output SPSS, jika nilai-nilai sebaran data terletak di sekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi" (Santoso,2012:36).

#### 4.2.2. Pengujian Multikolinieritas

Kuncoro (2007:98), multikolinieritas menunjukkan adanya hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel.” Multikolinieritas juga berarti antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain saling berkorelasi linier. Berarti independen dalam suatu persamaan mempunyai hubungan yang kuat. Biasanya korelasinya mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan satu).

Ada beberapa cara untuk mengetahui adanya multikolinieritas yaitu :

1. Menganalisis koefisien korelasi antara variabel bebas. Jika diantara dua variabel bebas memiliki koefisien korelasi spesifik seperti koefisien korelasi yang tinggi antara variabel bebas tersebut atau tanda koefisien variabel bebas yang berbeda dengan tanda koefisien regresinya, maka dalam model regresi yang bersangkutan terdapat multikolinieritas.
2. Membuat persamaan regresi antara variabel bebas. Jika persamaan regresi tersebut koefisien regresinya signifikan, maka model regresi tersebut mengandung multikolinieritas.
3. Menganalisis nilai  $r^2$ , F ratio tinggi sedangkan itu sangat rendah yang berarti sebagian besar atau bahkan seluruh koefisien regresi tidak signifikan, maka ada kemungkinan dalam model regresi yang bersangkutan terdapat multikolinieritas.

Untuk mengetahui apakah data memenuhi syarat atau tidak multikolinieritas adalah dengan melihat out put SPSS pada *table coefficients* jika nilai VIF

(*Variance Inflation Factor*) dibawah angka 10 ( $VIF < 10$ ) berarti tidak terjadi multikolinieritas (Sugiyono, 2009:39).

### 3.2.3. Pengujian Heteroskedastisitas

“Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *varians* dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas” ( Umar, 2011:179).

Koncoro (2007:96) menyatakan bahwa: Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau *residual* dari model yang diamati tidak memiliki *varians* yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data ulang tempat daripada runtut waktu. Pada asumsi ini mengharuskan bahwa nilai sisa yang merupakan variabel penggangunya pada masing-masing variabel selalu konstan atau tidak berubah.

1. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (berkembang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika ada pola yang jelas titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 8.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah “suatu metode analisis yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)” (Kuncoro, 2007:77).

Formula untuk regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = +$$

Dimana :

Y = Variabel dependen yaitu kepuasan konsumen

X1 = Variabel independen yaitu kualitas produk

X2 = Variabel independen yaitu harga

x3 = Variabel independen yaitu kualitas pelayanan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel independen

c = *Error*

Dengan analisis linier berganda ini juga dapat diketahui variabel mana diantara variabel independen yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen. Analisis linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya.

#### 8.4. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan.

#### 8.4.1. Uji t ( Uji Parsial)

“Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen secara parsial yang diuji dengan cara signifikan”(Koncoro, 2007:81).

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut :

##### 1. Merumuskan hipotesis :

##### 1) Hipotesis Pertama

Ho : Tidak terdapat pengaruh harga secara signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Andaku Konveksi di Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh harga secara signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Andaku Konveksi di Lumajang.

##### 2) Hipotesis Kedua

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Andaku Konveksi di Lumajang

Ha : Terdapat pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Andaku Konveksi di Lumajang



3) Hipotesis Ketiga

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara terhadap kepuasan konsumen CV. Andaku Konveksi di Lumajang

Ha : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara terhadap kepuasa konsumen CV. Andaku Konveksi.

2. Menemukan level of signifikan dengan  $\alpha = 5\%$

3. Menentukan kriteria pengujian :

Jika  $-t_{tabel} > t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

4. Menentukan nilai  $t$  hitung dengan rumus

$t_{hitung} =$

5. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $t$  hitung dengan  $t_{tabel}$

#### 8.4.2. Uji F ( Uji Simultan )

“Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan yang diuji dengan cara signifikansi ( Kuncoro, 2007:82)”.

Langkah-langkahnya sebagai berikut :

Ho : Tidak terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan pelayanan yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan

konsumen CV. Andaku Konveksi di Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan pelayanan yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen CV. Andaku Konveksi di Lumajang.

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

### 5.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

“Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Karena variabel independen pada penelitian ini lebih dari 2, maka koefisien detrmniasi yang digunakan adalah *Adjusted R Square* (Kuncoro, 2007:84)”.

Dari determinasi ( $R^2$ ) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam presentase.