

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini yang dijadikan unit penelitian adalah Seblak Nampol Palembang, merupakan perusahaan yang bergerak dibidang makanan yang beralamat di Jalan Inspektur Marzuki Lr. Bakti Pakjo Palembang Sumatra Selatan.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datangnya berbentuk angka-angka.¹ Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kualifikasi (pengukuran).

Metode kuantitatif adalah metodologi penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu dan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Dalam penelitian survey, informasi yang di kumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.²

C. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis data secara kuantitatif kemudian menginterpretasikan suatu

¹ Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media), hlm. 9

² Sugiyono, *Metode Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2013), hlm. 11

simpulan. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan hasilnya. Kemudian membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, menerangkan hubungan-hubungan, menguji hipotesis-hipotesis, membuat prediksi serta makna dan implementasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan.³ Penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah mengolah data pengaruh kualitas produk, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Seblak Nampol Palembang.

2. Sumber Data

Data yang peroleh untuk kepentingan penelitian ini didapat dari dua jenis sumber data, yaitu:

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang bersumber dari hasil wawancara terstruktur terhadap responden dengan menggunakan kuisisioner (daftar pertanyaan terstruktur). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil pengisian kuisisioner yang diberikan kepada konsumen Seblak Nampol Palembang yang menjadi sampel sebagai subjek penelitian.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah Seblak Nampol Palembang.

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu pendekatan praktik*, Cet.13 (Jakarta: PT.Renika Citra, 2006), hlm.12

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dari karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁴

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang makan di warung makan Seblak Nampol, dimana jumlah populasi tidak di ketahui.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau sampel dapat didefinisikan sebagai populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.

Dalam penelitian ini tidak seluruh populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi. Penelitian ini mengambil sampel konsumen yang berkunjung ke Seblak Nampol Palembang.

Untuk menentukan sampel penelitian dari populasi tersebut penelitian menggunakan rumus roscoe sebagai berikut:⁵

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 3-sampai dengan 500.

⁴ Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Research and Development, (Bandung: Alfabeta, 2011) hlm.61

⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B, (Bandung: Alfabeta, 2010) hlm.98

- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya pria/wanita, pegawai negeri/swasta, dan lain sebagainya), maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *Multivariate* (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 6 (5 variabel independen + 1 variabel dependen), maka jumlah anggota sampel adalah $10 \times 6 = 60$ sampel, sebagai berikut: 3 variabel independen + 1 variabel dependen = 40 sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode *Accidental Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan responden yang ditemui di lapangan. Sampel dalam penelitian ini adalah orang yang berkunjung di Seblak Nampol Palembang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Pengumpulan data bisa dilakukan dengan berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari *setting*-nya, data dapat dikumpulkan pada setting alamian (*natural setting*). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah.

1. Kuisisioner

Kuisisioner adalah pemeriksaan suatu hal yang menjadi kepentingan umum, biasanya surat pernyataan. Dari pendapat diatas menunjukkan angket atau kuisisioner ialah suatu alat pengumpulan data berupa pertanyaan tertulis yang disampaikan kepada responden untuk dijawab secara tertulis. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuisisioner yang tertutup karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar. Dalam penelitian ini kuisisioner difokuskan pada pelanggan Seblak Nampol Palembang.

2. Observasi

Observasi adalah metode penelitian yang dilakukan dalam pengamatan secara langsung dan tidak langsung terhadap objek penelitian, yaitu pada Seblak Nampol Palembang dengan mendengarkan dan mencatat data-data dan informasi yang dihitung dengan permasalahan yang diharapkan guna mendapatkan penelitian yang benar.

3. Wawancara

Wawancara adalah penelitian dengan menggunakan tanya jawab secara langsung dengan pimpinan dan konsumen yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin. Jawaban responden berupa pilihan dari 5 alternatif yang ada, yaitu:

a. Sangat Setuju (SS) = 5

- b. Setuju (S) = 4
- c. Kurang Setuju (KS) = 3
- d. Tidak Setuju (TS) = 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

F. Variable Penelitian dan Definisi Oprasional Variabel

1. Variable Penelitian

Variable adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁶ Variable yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variable dependen dan variable independen.

a. Variable Dependen

Variable Dependen (variable terikat) adalah variable yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel indeoenden (variable bebas).⁷ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

b. Variable Independen

Variable Independen (variabel bebas) adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (variabel terikat).⁸ Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

1) Kualitas Produk (X1)

⁶ Sugiyono, *Sistematika Untuk Penelitian*, (Bandung:Alfabeta, 2004). Hlm.45

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Research and Development*, (Bandung: Alfabeta, 2011). Hlm.61

⁸ Ibid. Hlm.61

2) Harga (X2)

3) Fasilitas (X3)

4) Kepuasan Konsumen (X4)

2. Definisi Operasional Variable

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

No .	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala ukur
1.	Kualitas Produk (Tjiptono)	1. Kinerja	<ul style="list-style-type: none"> • Fungsi utama produk • Pertimbangan konsumen dalam membeli produk 	Likert
		2. Fitur produk	<ul style="list-style-type: none"> • Manfaat produk • Pilihan produk 	
		3. Keandalan	<ul style="list-style-type: none"> • Fungsi produk 	
		4. Kesesuaian dengan menu	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian dengan spesifikasi 	
		5. Daya tahan	<ul style="list-style-type: none"> • Berapa lama produk dapat bertahan 	
		6. Kemampuan di perbaiki	<ul style="list-style-type: none"> • Kecepatan diperbaiki • Kompetensi produk • Kegunaan produk • Kemudahan produk untuk diperbaiki 	
		7. Estetika	<ul style="list-style-type: none"> • Produk terdengar oleh konsumen, tampilan luar produk, rasa maupun aromanya. 	

		8. Kualitas yang dipersepsikan	<ul style="list-style-type: none"> • Penilaian konsumen terhadap citra merek ataupun iklan. 	
2.	Harga (Kotler dan Amstrong)	1. Keterjangkauan harga	<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang ditawarkan sesuai dengan daya beli konsumen. 	Likert
		2. Kesesuaian harga produk dengan kualitas produk	<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang ditawarkan memiliki kesesuaian produk 	
		3. Daya saing harga	<ul style="list-style-type: none"> • Penawaran harga yang diberikan bersaing pada produk yang sama 	
		4. Kesesuaian harga dengan manfaat	<ul style="list-style-type: none"> • Manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli 	
3.	Fasilitas (Fandy Tjiptono)	1. Pertimbangan / perencanaan spesial	<ul style="list-style-type: none"> • Proporsi • Tekstur • Warna dan background tempat 	Likert
		2. Perencanaan ruangan	<ul style="list-style-type: none"> • Interior dan arsitektur • Penempatan prabotan • Perlengkapan ruangan • Aliran sirkulasi 	
		3. Perlengkapan	<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan meja dan kursi • Internet • Lukisan • Majalah baca 	
		4. Tata cahaya dan warna	<ul style="list-style-type: none"> • Pantulan cahaya dari sinar 	

			matahari <ul style="list-style-type: none"> • Perpaduan cahaya lampu dan warna interior 	
		5. Pesan yang disampaikan secara grafis	<ul style="list-style-type: none"> • Pajangan di dinding • Petunjuk/papan informasi • Lukisan melambangkan kesan tersendiri 	
4.	Kepuasan konsumen (hana ofela)	1. Kesesuaian harapan	<ul style="list-style-type: none"> • Produk • Pelayanan oleh karyawan • Fasilitas pengunjung 	Likert
		2. Minat berkunjung	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang memuaskan • Fasilitas penunjang yang memadai 	
		3. Ketersediaan merekomendasi	<ul style="list-style-type: none"> • Menyarankan kembali berkunjung kepada teman dan keluarga 	

G. Instrumen Penelitian

Instrumen data disini dimaksudkan sebagai alat untuk mengumpulkan data.⁹ Oleh karena itu benar tidaknya data, sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data, tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data.

1. Uji validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk mengetahui

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, hlm. 168

kelayakan dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Validitasnya sebuah instrumen dapat diketahui dengan melakukan pengujian secara eksternal dan internal. Uji validitas dilakukan dengan perbandingan antara r tabel untuk tingkat signifikan 5% dari degree of freedom ($df = n-2$) dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka pernyataan tersebut valid, sebaliknya.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas di terjemahkan dari kata *reliability*. Pengukuran yang dimiliki reliabilitas tinggi maksudnya ialah pengukuran yang dapat menghasilkan data reliable.¹⁰ Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendesius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu.

Instrumen yang dapat dipercaya juga, apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kalipun diambil akan tetap sama. Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuisioner. Kuisioner tersebut mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan.¹¹ Reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

¹⁰ Dr.Saifudin Azwar,M.A, *Tes Prestasi, Fungsi dan Pengembangan Prestasi Belajar*, (Yogyakarta: Pustaka belajar, 2012), hlm. 180

¹¹ Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2012). Hlm.165

- a. *Repeat measure*, seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian lihat apakah ia tetap konsisten dari jawabannya.
- b. *One shot*, pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain. Ada satu nilai ketentuan untuk mengukur reabilitas dengan statistik cronbach Alpha $>0,60$ dan reliabel yang sama kurang dari 0,60 adalah kurang baik.¹²

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji multikolinieritas.¹³

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Sebagai dasar bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka model regresi dianggap tidak valid dengan jumlah sampel yang ada. Ada dua cara yang bisa digunakan untuk menguji

¹² Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM dan perilaku karyawan*, (Jakarta Rajawali, 2008), hlm.88

¹³ Dr.Saifudin Azwar,M.A, *Tes Prestasi, Fungsi dan Pengembangan Prestasi Belajar*, (Yogyakarta: Pustaka belajar, 2012), hlm. 182

normalitas model regresi tersebut yaitu dengan cara analisis statistik (analisis Z score dan kurtosis) One sample kolmogorovmirnov tes.

b. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dari ini dinamakan terdapat problem (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya problem multikolinieritas, maka dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) serta besaran kolerasi antar variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apa yang ada didalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan variansi dari residual dari sebuah pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka itu disebut homoskedasitas. Jika varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Yaitu dengan cara melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik, dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.

I. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Fasilitas (X3) terhadap kepuasan Konsumen (Y) dalam menggunakan jasa Pelayanan. Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut: ¹⁴

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = konstanta

b₁ = koefisien regresi variabel X₁ (Kualitas Produk)

b₂ = koefisien regresi variabel X₂ (Harga)

b₃ = koefisien regresi variabel X₃ (Fasilitas)

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Harga

X₃ = Fasilitas

e = *error* / Variabel pengganggu

Dalam proses pengolahan data, penulis mempergunakan aplikasi komputer dengan program SPSS untuk mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS merupakan suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non parametrik dengan basis windows.

¹⁴ Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2012). Hlm.8

J. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Parsial (uji t)

uji t digunakan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel Kualitas Produk, Harga, dan Fasilitas dan kepuasan konsumen apakah variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Fasilitas (X3) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) secara parsial.

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yakni:

- a. Apabila angka probabilitas signifikan > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak signifikan.
- b. Apabila angka probabilitas signifikan < 0.05 , maka H_0 ditolak dan diterima. Artinya signifikan.

2. Uji Signifikansi Simultan (uji F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat yang signifikan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah :

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu :

- a. Apabila probabilitas signifikan > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak signifikan.
- b. Apabila probabilitas signifikan < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya signifikan.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas (Kualitas Produk X_1 , Harga X_2 , dan Fasilitas X_3) terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen Y). Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (Kualitas Produk X_1 , Harga X_2 , dan Fasilitas X_3) merupakan besar terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dari itu dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (Kualitas Produk X_1 , Harga X_2 , dan Fasilitas X_3) terhadap variabel terikat semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.