

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini yang dijadikan unit penelitian adalah Dunkin' Dounuts, merupakan perusahaan yang bergerak dibidang makanan, yang beralamat di jln. Demang Lebar Daun Palembang.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka¹. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

Metode Kuantitatif adalah metodologi penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner².

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

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

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis data-data secara kuantitatif kemudian menginterpretasikan suatu 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 mendapatkan makna dan implekmentasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan³. Penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah mengolah data pengaruh harga, promosi, lokasi kualitas pelayanan dan suasana terhadap kepuasan konsumen Dunkin' Donuts.

2. Sumber Data

Data yang diperoleh 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

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

dari hasil pengisian kuisioner yang diberikan kepada konsumen Dunkin' Donuts yang menjadi sampel seagai 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 Dunkin' Donuts.

D. Variabel Penelitian dan Defenisi Oprasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya⁴.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen.

a. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) meruakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel independen (variabel bebas).⁵ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

⁴ Sugiyono, *Sistematika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2004), hlm. 45

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Research and Development*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 61

b. Variabel Independen ⁶

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

- 1) Harga (X1)
- 2) Promosi (X2)
- 3) Lokasi (X3)
- 4) Kualitas Pelayanan (X4)
- 5) Suasana (X5)

2. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	Skala Pengukuran
1.	Harga (Kotler dan Amstrong)	<ul style="list-style-type: none">• Keterjangkauan harga• Kesesuaian harga dengan kualitas produk• Daya saing harga• Kesesuaian harga dengan manfaat	<ol style="list-style-type: none">1. Harga terjangkau oleh semua masyarakat2. Penentuan harga sesuai dengan kualitas produk3. Harga produk mampu bersaing sesuai dengan daya beli konsumen4. Harga sesuai dengan manfaat suatu produk	Likert

⁶ Ibid, hlm 61

2.	Promosi (Kotler dan Keller)	<ul style="list-style-type: none"> • Frekuensi Promosi 	1. Promosi dilakukan melalui media dalam beberapa waktu.	Likert
		<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Promosi 	2. Tolak ukur seberapa baik promosi penjualan.	
		<ul style="list-style-type: none"> • Kuantitas Promosi 	3. Nilai atau jumlah promosi yang diberikan.	
		<ul style="list-style-type: none"> • Waktu Promosi 	4. Perusahaan mampu menentukan seberapa lama promosi dilakukan.	
		<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan atau Kesesuaian 	5. Perusahaan diharapkan mampu untuk mencapai target yang diinginkan.	
3.	Lokasi (Fandy Tjiptono)	<ul style="list-style-type: none"> • Akses 	1. Akses menuju lokasi lincer	Likert
		<ul style="list-style-type: none"> • Lalu Lintas 	2. Lalu lintas yang tidak terlalu ramai	
		<ul style="list-style-type: none"> • Tempat Parkir 	3. Tempat parkir yang cukup luas	
		<ul style="list-style-type: none"> • Lingkungan 	4. Lingkungan yang nyaman	
4.	Kualitas Pelayanan (Parasuraman)	<ul style="list-style-type: none"> • Kehandalan 	1. Perusahaan mampu memberikan pelayanan dan kinerja yang sesuai dengan harapan konsumen.	Likert
		<ul style="list-style-type: none"> • Daya Tanggap 	2. Mampu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen.	
		<ul style="list-style-type: none"> • Jaminan dan Kepastian 	3. Memberikan rasa percaya kepada konsumen melalui pelayanan yang diberikan.	
		<ul style="list-style-type: none"> • Empati 	4. Pelayanan dilakukan dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi.	
		<ul style="list-style-type: none"> • Bukti Fisik 	5. Perusahaan mampu memberikan pelayanan yang nyata terhadap konsumen.	

5.	Suasana (Berman dan Elvan)	• Tampilan Depan	1. Tampilan awal yang cukup menarik	Likert
		• Aksesori di dalam Ruangan	2. Pencahayaan yang cukup terang	
		• Penunjuk arah bagi Konsumen	3. Adanya penunjuk arah bagi konsumen	
6.	Kepuasan Konsumen (Hawkins dan Lonney)	• Kesesuaian Harapan	1. Produk sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. 2. Pelayanan oleh karyawan sesuai atau melebihi yang diharapkan. 3. Fasilitas penunjang sesuai dengan yang diharapkan	Likert
		• Minat Berkunjung	4. Konsumen berminat untuk berkunjung kembali oleh pelayanan yang memuaskan. 5. Konsumen berminat untuk berkunjung kembali karena manfaat yang diperoleh. 6. Konsumen berminat untuk berkunjung kembali oleh fasilitas penunjang yang disediakan.	
		• Kesiediaan Merekomendasikan	7. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk karena Pelayanan yang memuaskan. 8. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk karena fasilitas penunjang. 9. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk karena manfaat setelah mengkonsumsi produk.	

E. Teknik Pengumpulan Data

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

1. Kuesioner.

Kuesioner merupakan pemeriksaan suatu hal yang menjadi kepentingan umum, biasanya surat pernyataan. Dari pendapat diatas bahwa menunjukkan angket atau kuisisioner adalah 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 memberkan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar. Dalam penelitian ini kuisisioner difokuskan pada pelanggan Dunkin' Donuts Demang Lebar Daun Palembang.

2. Observasi

Yaitu metode penelitian yang dilakukan dalam pengamatan secara langsung dan tidak langsung terhadap objek penelitian, yaitu pada Dunkin' Donuts Demang Lebar Daun Palembang dengan mendengar dan mencatat data-data dan informasi yang dibutuhkan dengan permasalahan yang diharapkan guna mendapatkan penelitian yang benar.

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

- 2) Sangat Setuju (SS) = 5
- 3) Setuju (S) = 4
- 4) Kurang Setuju (KS) = 3
- 5) Tidak Setuju (TS) = 2
- 6) Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

F. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dari karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁷.

Tidak semua penelitian mempunyai populasi. Kalau penelitiannya adalah tentang sistem kerja di satu dapertemen maka penelitiannya tidak mempunyai populasi. Dapertemen yang ditelitinya bukan disebut sampel tetapi dinamakan unit analisis. Jika dalam penelitian mengambil beberapa orang diwawancarai untuk memperoleh keterangan tentang sistem kerja di dapertemen tersebut, maka mereka bukan dinamakan sampel, tetapi responden. Tetapi jika peneliti yang sama ternyata ingin mengetahui pendapat pegawai di dapertemen tadi, maka penelitian perlu menentukan sampel. Dalam kasus terakhir ini unit analisis adalah individu⁸.

Dapat disimpulkan populasi merupakan pengamatan yang dilakukan oleh penelitian untuk mencari kesimpulan dari penelitian tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Dunkin' Donuts.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau sampel dapat didefenisikan

⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Research and Development*, (Bandung: Alfabeta, 2011) hlm 61

⁸ Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2012). Hlm 147

sebagai anggota 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 pelanggan yang berkunjung ke Dunkin' Donuts.

Untuk menentukan sampel penelitian dari populasi tersebut penelitian menyebar sebanyak 60 kuisioner.

Dengan rumus Roscoe⁹:

Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda lainnya), maka jumlah anggota sampel minimal di kali 10 dari jumlah variabel yang diteliti. Variabel penelitian ada 6 (independen + dependen), maka jumlah sampel = $10 \times 6 = 60$ Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 60 responden.

Sampel yang dipakai penelitian ini sampel Non-probabilitas, Nonprobabilitas adalah teknik pengambilan sampel dimana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel. Digunakan apabila representasi/keterwakilan sampel tidak penting.

⁹ Roscoe, metode penelitian kuantitatif dan kualitatif, (Bandung:Alfabet,2016). Hlm 91

Teknik pengambilan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni dengan metode *Purposive Sampling*, yaitu penetapan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Jadi, sampel diambil tidak secara acak, tetapi ditentukan sendiri oleh peneliti. Sampel dalam penelitian ini adalah orang yang berkunjung ke Dunkin' Donuts Demang Lebar Daun Palembang.

G. Instrumen Penelitian

Instrument data disini dimaksudkan sebagai alat untuk mengumpulkan data¹⁰. Oleh karena itu benar tidaknya data, sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data, tergantung dari baik tidaknya instrument pengumpulan data.

1. Uji Validitas

Suatu alat ukur dikatakan valid apabila dapat menjawab secara cermat tentang variabel yang diukur. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Pengujian validitas menggunakan *Person Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r table | $df = n-k$ dengan tingkat

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, hlm 168

kesalahan 5%. Jika $r_{table} < r_{hitung}$ maka bukti soal disebut valid¹¹. Apabila *Person Correlation* yang didapatkan memiliki nilai di bawah 0,05 berarti data yang diperoleh adalah valid. Data yang diperlukan dalam rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x^2)(\sum y^2)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}} \sqrt{\{\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{xy} = koefisien Korelasi (r -hitung)

$\sum x$ = Skor variabel independen

$\sum y$ = Skor variabel dependen

$\sum xy$ = Hasil kali skor butir dengan skor total

n = Jumlah responden

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas diterjemahkan dari kata *reliability*. Pengukuran yang dimiliki reliabilitas tinggi maksudnya adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data reliable¹². Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai

¹¹ Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2012). Hlm 169

¹² Dr.Saifuddin Azwar, M.A, *Tes Prestasi, fungsi dan pengembangan prestasi belajar*, (Yogyakarta: Pustaka belajar, 2012), hlm. 180

alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang baik tidak akan bersifat tendesius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu.

Instrument yang dapat dipercaya juga, apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kalipun diambil akan tetap sama. Untuk menilai kesetabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuisisioner. Kuisisioner tsb mencerminkan konstruk srbagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan. Reliabilitas menunjukkan pada keterandalan sesuatu, reliable dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika memberikan nilai cronbach alpha $<0,60$.¹³

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

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 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 normalitas model regresi tersebut yaitu dengan analisis statistik (Analisis Z skor dan Kurtosis) One sample Kolmogorov-Smirnov tes.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka 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 korelasi antar variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan variansi dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Jika varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Yaitu dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik, di mana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual ($Y_{\text{prediksi}} - Y_{\text{sesungguhnya}}$) 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.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Harga (X1), Promosi (X2), Lokasi (X3), Kualitas Pelayanan (X4) dan Suasana (X5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut¹⁴:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

¹⁴ *Ibid.* hlm. 82

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi variabel X1 (Harga)

b2 = Koefisien regresi variabel X2 (Promosi)

b3 = Koefisien regresi variabel X3 (Lokasi)

b4 = Koefisien regresi variabel X4 (Kualitas Pelayanan)

b5 = Koefisien regresi variabel X5 (Suasana)

X1 = Harga

X2 = Promosi

X3 = Lokasi

X4 = Kualitas Pelayanan

X5 = Suasana

e = *error* / variabel pengganggu

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

3. Uji Hipotesis

a) Uji signifikansi parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y apakah variabel X1, X2, X3, X4 dan X5 benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) secara parsial.

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

Ho: Variabel-variabel bebas (Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Suasana) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen)

Ha: Variabel-variabel bebas (Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Suasana) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen)

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2005) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu:

- 1) Apabila angka probabilitas signifikan > 0.05 , maka Ho diterima dan Ha ditolak
- 2) Apabila angka probabilitas signifikan < 0.05 , maka Ho ditolak dan Ha diterima.

b) 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 independen. Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, fasilitas dan harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.

Ha : Variabel variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, fasilitas dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan.

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

- 1) Apabila probabilitas signifikan > 0.05 , maka Ho diterima dan Ha ditolak.
- 2) Apabila probabilitas signifikan < 0.05 , maka Ho ditolak dan Ha diterima.

c) **Koefisien Determinasi (R^2)**

Untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5) terhadap variabel terikat (Y). Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5) adalah besar terhadap variabel terikat (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 dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5) terhadap variabel terikat semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

