

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti mencari informasi serta data yang dibutuhkan. Penelitian ini dilakukan di kedai Kopi Tjap Giling yang berada pada Jl. Raya Candi V No.135, Karangbesuki, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65146.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka-angka dan di analisis menggunakan statistik. Sugiyono (2014) Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, survey adalah metode riset yang digunakan untuk mendapatkan data dan menggunakan kuisioner sebagai alat untuk memperoleh data. Tujuan dari metode ini adalah untuk memperoleh informasi mengenai hal yang diteliti terhadap sejumlah responden yang dapat dianggap mampu mewakili suatu populasi.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah mengunjungi dan merasakan bagaimana kualitas layanan, kualitas produk, dan harga pada Kedai Kopi Tjap Giling Malang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini didasarkan pada nonprobability sampling menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiono (2014), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara memberikan penilaian sendiri terhadap sampel di antara populasi yang dipilih. Sedangkan menurut Frankel dan Wallen dalam Amiyani (2016) menyarankan besar sampel minimum untuk penelitian deskriptif sebanyak 100. Maka, berdasarkan teori tersebut sampel yang menjadi acuan oleh peneliti sebanyak 100 responden konsumen Kedai Kopi Tjap Giling Malang. Kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan sampel penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Responden berdasarkan usia minimal berusia diatas 17 tahun dengan asumsi pada usia tersebut responden sudah cukup dewasa dan mengerti serta dapat menanggapi masing-masing pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner penelitian dengan baik.
- b. Responden konsumen atau pengunjung yang pernah merasakan bagaimana Layanan, Produk, dan Harga secara langsung pada Kedai Kopi Tjap Giling Malang.

3.4 Variabel Penelitian

Berdasarkan pokok masalah yang diidentifikasi, maka variabel-variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah:

3.4.1 Variabel Bebas atau *Independent Variable* (X)

Independent Variable atau variabel bebas adalah variabel yang menjelaskan dan mempengaruhi variabel lain. Pada penelitian ini yang merupakan variabel bebas yaitu harga, kualitas layanan, kualitas produk.

3.4.2 Variabel Terikat atau *Dependent Variable* (Y)

Dependent Variable atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah kepuasan pembelian konsumen.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan indikasi bagaimana variabel diukur, sehingga peneliti dapat mengetahui variabel baik atau buruk pengukuran tersebut. Variabel dependent penelitian ini adalah kepuasan pembelian (Y). Adapun variabel independent dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3).

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

| No | Variabel | Definisi Variabel | Indikator | Sumber |
|----|-----------------------|--|--|---------------------------|
| 1 | Kepuasan konsumen (Y) | Kepuasan konsumen adalah perasaan yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa | <ul style="list-style-type: none"> a. Tetap setia lebih lama. b. Membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk-produk yang ada. c. Membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produk-produknya. d. Memperhatikan lebih sedikit kepada merek-merek dan iklan-iklan pesaing sarta kurang peka terhadap harga. e. Menawarkan gagasan jasa atau produk kepada perusahaan. f. Biaya untuk pelayanan lebih kecil dibandingkan biaya pelayanan konsumen baru karena transaksi yang lebih rutin. | Kotler (2000) |
| 2 | Kualitas layanan (X1) | Kualitas layanan merupakan refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Kualitas pelayanan ditentukan berdasarkan tingkat pentingnya pada dimensi-dimensi pelayanan. | <ul style="list-style-type: none"> a. Bukti fisik (<i>tangible</i>) b. Keandalan(<i>reliability</i>) c. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) d. Jaminan(<i>Assurance</i>) e. Empati (<i>Empaty</i>) | (Parasuraman et al, 1988) |
| 3 | Kualitas Produk (X2) | Kualitas mencerminkan suatu dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefit) bagi konsumen. | <ul style="list-style-type: none"> a. <i>Performance</i> (kinerja) b. <i>Features</i> c. <i>Reliability</i> (reliabilitas) d. <i>Confermance</i> to Specifications e. <i>Durability</i> (daya tahan) f. <i>Serviceability</i> | (Tjiptono ,2016) |

| No | Variabel | Definisi Variabel | Indikator | Sumber |
|----|------------|--|--|---------------|
| | | Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya | g. <i>Esthetics</i> (Estetika) h. <i>Perceived Quality</i> (kualitas yang dipersepsikan) | |
| 4 | Harga (X3) | Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dalam bermacam metode. Di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga umumnya ditangani oleh para manajer divisi maupun manajer lini produk | a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat | Kotler (2019) |

3.6 Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian explanatory research dengan pendekatan kuantitatif dan penelitian survey. Menurut Sugiyono (2016) explanatory research merupakan penelitian yang bertujuan menganalisis hubungan bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya melalui pengujian hipotesis. Penelitian survey ialah penelitian yang mempelajari data dari sampel yang diambil dari sebuah populasi, sehingga dari data tersebut dapat ditemukan kejadian atau fenomena dan hubungan variabel sosiologis maupun psikologis yang hasilnya dapat ditarik suatu kesimpulan. Penelitian survey ini biasanya menggunakan instrument yang singkat dan dapat dimengerti seperti kuesioner dan wawancara (Sugiyono, 2017)

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, serta instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan lebih mudah. (Ridwan, 2004). Prosedur yang di pakai dalam pengumpulan data yaitu Kuisisioner Angket yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan sifat kuesioner yang disebarakan secara online dengan media Google Form. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden hanya tinggal memilih jawaban yang tepat. Pertanyaan dalam kuesioner tersebut harus dijawab oleh responden secara jujur dan terbuka (Kriyantono, 2014)

3.8 Penskalaan Data

Skala pengukuran adalah persetujuan yang diadopsi untuk menentukan interval yang terdapat dalam alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif dalam instrumen pengukuran (Sugiyono, 2014). Penelitian ini menggunakan skala Likert, yang merupakan skala yang digunakan untuk menguji sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

| Jawaban item pertanyaan | Skor |
|---------------------------|------|
| Sangat setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Netral (N) | 3 |
| Tidak setuju (TS) | 2 |
| Sangat tidak setuju (STS) | 1 |

3.9 Uji Instrumen

3.9.1 Uji Validitas

Uji Menurut Noor (2011) validitas atau kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur benar-benar mengukur apa yang diukur. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut valid atau sah, maka perlu diuji dengan uji korelasi antar skor tiap butir pertanyaan dengan skor total dari koesioner tersebut. Validitas menyangkut akurasi instrumen, jika r hitung $>$ r tabel dengan signifikan 0,05, maka butir soal dapat dikatakan valid. Rumus yang digunakan untuk tujuan ini adalah rumus korelasi Product Moment yang dikemukakan oleh Pearson, yaitu:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum(X)^2 - (\sum X)^2)(n \sum(Y)^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Penjelasan :

R = koefisien korelasi

n = jumlah observasi/responden

x = sekor pertanyaan

y = skor total pertanyaan

$\sum x$ = jumlah skor x

$\sum y$ = jumlah skor y

$\sum xy$ = jumlah hasil kali antara x dan y

3.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut Noor (2011) uji reliabilitas atau keandalan adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsistensi hasil dari pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan, jika nilai alpha >0,60 disebut reliabel. Dalam penelitian ini, untuk menguji reliabilitas digunakan teknik analisis formula Alpha Cronbach dengan rumusnya sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_t^2 = Total varians butir

σ^2 = Total varians

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat, variabel bebas atau keduanya dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau distribusi data statistik pada sumbu diagonal dari plot distribusi normal (Ghozali, 2016). Untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov, dasar pengambilan keputusannya adalah jika pengujian yang akan dilakukan menunjukkan data normal jika diperoleh apabila nilai signifikansinya $>0,05$ dan jika $<0,05$, maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

3.10.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk memeriksa apakah model regresi sudah benar temukan korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antar variabel independen. Hal ini dikarenakan jika terdapat hubungan linear antar variabel independen, maka prediksi variabel dependen akan menjadi bias karena masalah hubungan antar variabel independen (Ghozali, 2011).

3.10.3 Uji Heteroskedastistas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Jika variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut

heteroskedastisitas. Cara yang digunakan untuk mengetahui suatu model terbebas dari heteroskedastisitas atau tidak adalah uji glejser. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas terjadi apabila nilai probabilitas signifikannya $>0,05$.

Cara mendeteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu x adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di standardized.

Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah (Ghozali, 2018):

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.11 Teknik Analisis Data

3.11.1 Rentang Skala

Rentang skala adalah jangkauan atau variasi antara nilai-nilai yang mungkin dalam suatu skala pengukuran atau penilaian. Ini mengacu pada selisih antara nilai tertinggi dan nilai terendah dalam skala tersebut. Dalam

konteks analisis data, rentang skala sering digunakan untuk mengevaluasi sebaran atau variasi data. Semakin besar rentang skala, semakin besar variasi dalam data tersebut. Ini bisa menjadi informasi penting untuk memahami sebaran data dan karakteristiknya

Dengan menghitung rentang skala untuk masing-masing faktor ini, kita dapat memahami seberapa luas variasi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan, produk, dan harga di Kopi Tjap Giling Malang. Hal ini akan memberikan wawasan yang berharga untuk mengidentifikasi area di mana kedai kopi dapat meningkatkan atau mempertahankan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini digunakan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$rs = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel

M = Jumlah alternatif jawaban

Rs = Rentang skala penelitian

$$rs = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$rs = \frac{400}{5}$$

$$rs = 80$$

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh rentang skala yaitu 80.

Dengan demikian skala penilaian setiap variabel adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 3 Skala Penilaian

| Interval | Kualitas Layanan (X1) | Kualitas Produk (X2) | Harga (X3) | Kepuasan Konsumen (Y) |
|-----------------|------------------------------|-----------------------------|-------------------------|------------------------------|
| 100-179 | Sangat Tidak Baik | Sangat Tidak Baik | Sangat Tidak Terjangkau | Sangat Tidak Puas |
| 180-259 | Tidak Baik | Tidak Baik | Tidak Terjangkau | Tidak Puas |
| 260-339 | Cukup | Cukup | Cukup | Cukup |
| 340-419 | Baik | Baik | Terjangkau | Puas |
| 420-500 | Sangat Baik | Sangat Baik | Sangat Terjangkau | Sangat Puas |

Keterangan : Kategori dapat disesuaikan dengan masing-masing item

3.11.2 Regresi Linear Berganda

Uji regresi berganda merupakan alat yang digunakan untuk meramalkan nilai pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih terhadap suatu variabel terikat. Tujuan dari uji regresi berganda ini untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausan antara dua atau lebih variabel bebas (Herlina, 2019).

Uji regresi berganda ini sendiri dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Didalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat ialah kepuasan konsumen.

Adapun rumus regresi linier berganda, sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

A = Konstanta

B = Koefisien Regresi

X1 = Kualitas layanan

X2 = Kualitas produk

X3 = Harga

e = Standar eror

3.12 Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Penelitian ini menggunakan uji t untuk menguji hipotesis. Uji t merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah koefisien regresi signifikan atau tidak Firdausa (2013). Uji tersebut dilakukan dengan melihat besarnya nilai probabilitas signifikansinya.

Jika nilai probabilitas signifikansinya $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima, yang berarti variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka hipotesis ditolak, yang berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Selain itu pengujian ini juga dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai t tabel dan t hitung.

Sebelum koefisien korelasi digunakan untuk membuat kesimpulan, terlebih dahulu diuji keberartian korelasi, untuk itu digunakan statistik uji t dengan rumus:

$$t = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan :

b = Koefisien regresi

Sb = Standart deviasi dari variabel bebas

Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dan t table pada tingkat signifikan 0,05 dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

1. jika t hitung memiliki nilai $> t$ tabel maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dalam arti terdapat pengaruh variabel bebas (X) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

2. Jika t hitung memiliki nilai $\leq t$ tabel maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak dalam arti tidak dapat pengaruh dari variabel bebas (X)
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap
Kepuasan Konsumen (Y).

b. Uji Dominan

Uji dominan dilakukan untuk mengetahui variabel independen yang paling berpengaruh dominan di dalam regresi linier (Ghozali, 2018). Gunawan (2017) mengungkapkan bahwa uji dominan sebagai alat uji untuk mengetahui pengaruh yang paling dominan dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) yang dilihat dari nilai koefisien regresi (b) yang distandarisasi dengan nilai beta.

Kriteria uji dominan yaitu jika nilai koefisien regresi variabel memiliki nilai terbesar, maka variabel tersebut memiliki pengaruh dominan. Semakin besar nilai beta, maka semakin besar pengaruhnya terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, cara untuk menentukan variabel bebas yang berkontribusi terbesar atau berpengaruh dominan terhadap variabel terikat adalah dengan melihat nilai standarized coefficients beta yang paling tinggi pada tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikan 5% (Gunawan, 2017)