

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (Umar, 2005). Penelitian ini menjelaskan hubungan memengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti. Menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang akan digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dinyatakan dengan angka atau skala numerik (Kuncoro, 2003). Penelitian ini menganalisis pengaruh persepsi harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3.2 Tempat Dan Waktu

Obyek pada penelitian ini adalah konsumen minuman Coklat Semut yang berada di Kota Mojokerto. Di Kota Mojokerto terdapat beberapa gerai dan karyawan yang siap menyajikan dan melayani beberapa olahan minuman berbahan dasar cokelat yang di padukan dengan rasa buah untuk dinikmati oleh para konsumen. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2017 sampai selesai.

3.3 Populasi Dan Sampel

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti (Ferdinand, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah

50 orang konsumen minuman Coklat Semut di Kota Mojokerto yang semuanya akan dijadikan subyek sampel dalam penelitian ini.

3.4 Teknik Sampling dan Besarnya Sampel

Teknik dalam pengambilan data penelitian ini menggunakan sampling jenuh dan simple random sampling. Sampling jenuh menurut Sugiyono (2014:85) teknik penentuan sampel ini bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini sering dilakukam jika jumlah populasi relatif kecil kurang dari 50 orang. Simple random sampling adalah pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Menurut Sugiyono (2014:118-127). Perwakilan populasi yang dijadikan sampel adalah 50 konsumen minuman Coklat Semut yang kebetulan ditemui pada saat melakukan pembelian minuman Coklat Semut di Kota Mojokerto.

3.5 Definisi Variabel dan Definisi Operasional

3.5.1 Definisi Variabel

Variabel penelitian dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) yang diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel dependen (terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakikat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang di gunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk di jelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand,2006). Dalam penilitian ini yang menjadi variabel dependen adalah: kepuasan konsumen (Y).

- a. Kepuasan Konsumen (Y) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan, (Kotler 2002).

2. Variabel independen (bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006).

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi harga yang dilambangkan dengan X1, lokasi yang dilambangkan dengan X2 dan kualitas pelayanan yang dilambangkan dengan X3.

- a. Persepsi Harga (X1) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Tjiptono, 1999).
- b. Lokasi (X2) adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan factor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha (Tjiptono, 2004).
- c. Kualitas Pelayanan (X3) dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 20)

3.5.2 Definisi Operasional

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi:

1. Persepsi Harga (X1)

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Tjiptono, 1999).

Indikator :

1. Harga yang ditentukan sesuai dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Kesesuaian tingkat harga yang terjangkau oleh daya beli masyarakat.
3. Perbandingan harga yang mampu bersaing dengan gerai minuman pesaing.
4. Harga sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh konsumen.

2. Lokasi (X2)

Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan factor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha (Tjiptono, 2004).

Indikator :

1. Keamanan di sekitar lokasi gerai minuman terjamin
2. Arus lalu lintas menuju lokasi gerai minuman lancar
3. Kondisi lingkungan nyaman
4. Ketersediaan lahan parkir yang memadai

3. Kualitas Pelayanan (X3)

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 20)

Indikator :

1. Kondisi gerai minuman baik
2. Karyawan cepat dalam membuat minuman
3. Karyawan tanggap terhadap keluhan konsumen
4. Karyawan memberikan perhatian individu dengan baik kepada konsumen

4. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan, (Kotler 2002).

Indikator :

1. Rasa senang
2. Konsumen memberikan pujian setelah melakukan transaksi
3. Rasa suka
4. Perasaan puas pada saat melakukan pembelian

3.6 Jenis Data

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory survey. Suharsimi Arikunto (2006;8) mengemukakan bahwa, penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data lapangan metode ini digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan hubungan atau pengaruh dari suatu variable ke variabel lainnya. Explanatory survey adalah suatu survei yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variable melalui pengujian hipotesis.

Metode ini mengemukakan fakta-fakta yang didukung oleh penyebaran kuesioner kepada responden serta pemahaman literature.

3.7 Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Marzuki, 2005). Data primer yang ada dalam penelitian ini adalah data-data dari kuisisioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (Marzuki, 2005). Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian yaitu persepsi harga, lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Pustaka

Studi Pustaka, yaitu mengumpulkan data, informasi, dan teori yang relevan dari literatur dan hasil penelitian terdahulu, dan jurnal penelitian untuk mendukung analisis dan pemecahan masalah.

2. Penelitian Lapangan

Penelitian Lapangan, yaitu usaha mendapatkan data dengan terjun langsung dilokasi penelitian dengan menggunakan cara-cara sebagai berikut :

Kuesioner, pengumpulan data dengan menggunakan daftar pernyataan yang karyawan untuk mengetahui persepsi responden tentang persepsi harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3. Data Kuantitatif

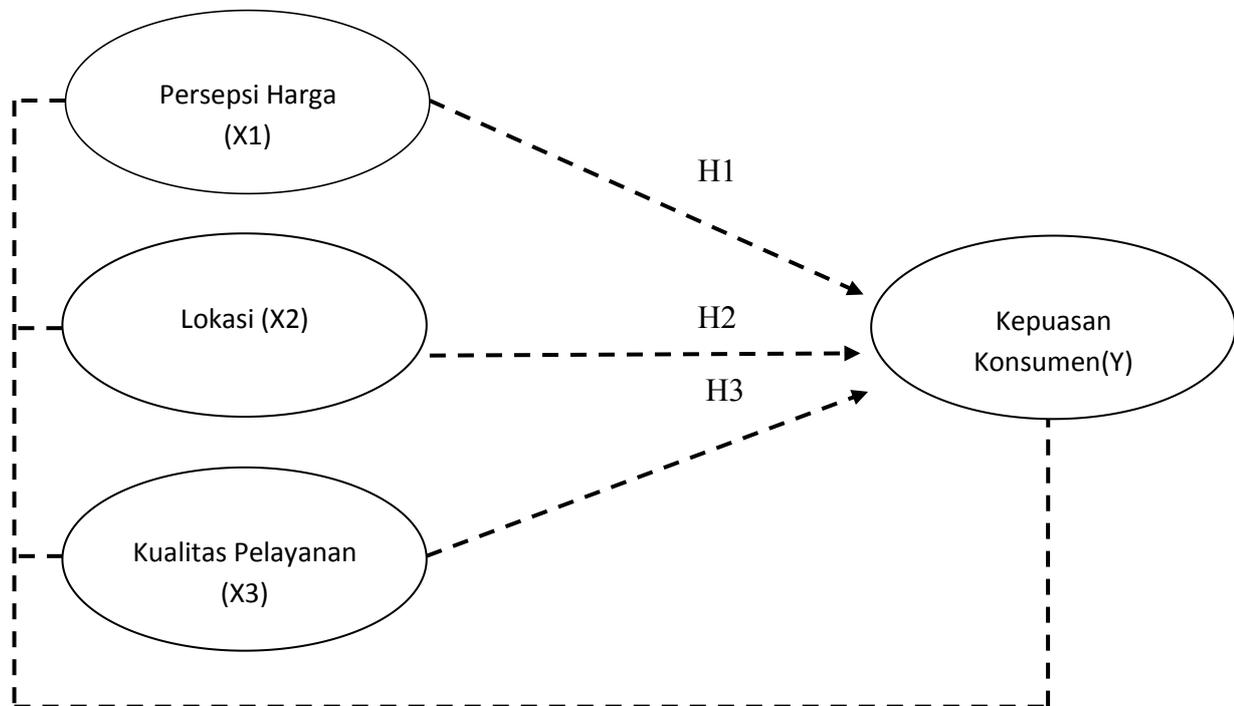
Data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang dapat ditransformasikan kedalam angka. Misalnya jawaban kuisisioner yang ditransformasikan kedalam angka.

3.9 Kerangka Konseptual / Model Analisis

Berdasarkan landasan teori diatas maka dirumuskan kerangka konseptual atau model analisis sebagai berikut :

Gambar 3.1

Kerangka Konseptual



3.10 Proses Pengolahan Data

Penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan keahlian suatu instrumen (Arikunto 2006). Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Untuk mengetahui apakah kuisisioner yang digunakan valid atau tidak, maka r yang diperoleh (r -hitung) dikonsultasikan dengan (r -tabel) maka instrument dikatakan valid, dan apabila r -hitung $>$ r -tabel maka instrument dikatakan valid dan apabila r -hitung $<$ r -tabel maka instrument dikatakan tidak valid. Uji validitas dapat

diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS. Persepsi Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah instrument cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument itu sudah baik (Arkunto 1998,170). Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliable akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui seberapa tingkat konsistensi internal jawaban respon den terhadap instrument untuk mengukur variable persepsi harga, lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Suatu instrument pengukuran yang menghasilkan koefisien alpha cronbach kurang dari 0,6 dipertimbangkan kurang baik, 0,7 dapat diterima dan 0,8 baik. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

4. Analisis regresi linier adalah pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk menduga nilai dari variabel dependen (Kazmier, 2005). Analisis regresi linier dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu persepsi harga (X1), lokasi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dalam penelitian ini,

digunakan model regresi linier berganda. Rumusnya adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

Y = Kepuasan konsumen

b₁ = Koefisien regresi variabel Persepsi Harga (X₁)

b₂ = Koefisien regresi variabel Lokasi (X₂)

b₃ = Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X₃)

X₁ = Persepsi Harga

X₂ = Lokasi

X₃ = Kualitas Pelayanan

e = Standard Error

5. Uji Hipotesis

Untuk Pengujian hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

a. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variable independen (persepsi harga, lokasi dan kualitas pelayanan) mempunyai pengaruh yang sama terhadap variable terikat (kepuasan konsumen) secara simultan atau bersama-sama. Apabila besarnya probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H₀ diterima, sedangkan jika probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05 maka H₀ ditolak.

b. Uji t

Tujuan Uji t adalah untuk melihat signifikansi dari pengaruh variable independen secara individual terhadap variable dependen dengan menganggap variable lain bersifat konstan. Apabila besarnya probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H_0 diterima, sedangkan jika probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05 maka H_0 ditolak.

3.11 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data

3.11.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier adalah pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk menduga nilai dari variabel dependen (Kazmier, 2005). Analisis regresi linier dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu persepsi harga (X1), lokasi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dalam penelitian ini, digunakan model regresi linier berganda. Rumusnya adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

Y = Kepuasan konsumen

b_1 = Koefisien regresi variabel Persepsi Harga (X1)

b_2 = Koefisien regresi variabel Lokasi (X2)

b_3 = Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X3)

X1 = Persepsi Harga

X2 = Lokasi

X3 = Kualitas Pelayanan

e = Standard Error

3.11.2 Pengujian Hipotesis

1. Uji F (pengujian secara parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel persepsi harga, lokasi dan kualitas pelayanan dalam menerangkan variabel kepuasan konsumen. Dalam hal ini, apakah masing-masing variabel persepsi harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan melihat langsung pada hasil perhitungan koefisien regresi melalui SPSS pada bagian *Unstandardized Coefficients* dengan membandingkan *Unstandardized Coefficients B* dengan *Standard error of estimate* sehingga akan didapatkan hasil yang dinamakan t-hitung. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

2. Uji F (pengujian secara simultan)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama – sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006). Menentukan F tabel dan F hitung dengan kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikan sebesar 5% (0,05). Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel persepsi harga, lokasi dan kualitas pelayanan untuk menjelaskan variabel terikatnya, yaitu kepuasan konsumen. Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut :

- a. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_1 diterima. Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_1 ditolak, berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen

memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar dalam penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen ke dalam model, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2006).