

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden.¹ Untuk menemukan realitas apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif mempergunakan data angka dengan berbagai klasifikasi dalam bentuk presentase, frekuensi, nilai rata-rata, dan sebagainya yang diolah secara matematis dengan rumus-rumus statistik.² Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil.³ Dalam penelitian kuantitatif yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa sesuatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kasual (sebab-akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.

B. Sumber Data.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

¹ Rusady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, Hal., 32.

²Marzuki, *Metodologi riset (panduan penelitian bidang bisnis dan sosial)*, Ekonisia, Yogyakarta, 2005, Hal., 15

³SaifudinAzwar, *Metode Penelitian*, PustakaPelajar, Yogyakarta, 2004, Hal.,,5.

1. Data primer (*primary data*), adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik benda (fisik), kejadian, kegiatan, dan hasil suatu pengujian tertentu. Ada dua metode yang digunakan untuk pengumpulan data primer, yaitu melalui survei dan observasi.

Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Responden yang menjawab daftar kuesioner tersebut adalah semua konsumen yang datang di Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁴ Adapun Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang pada Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus. Dan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak terbatas.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵ Dalam penelitian ini Pengambilan sampel diambil dari sebagian populasi dari seluruh konsumen yang pernah datang pada Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus sebagai perwakilan dari populasi. Dengan pertimbangan keterbatasan kemampuanpeneliti, waktu,

⁴BurhanBungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2005, Hal.,109.

⁵Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2006, Hal., 100.

tenaga, dan dana, maka penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang membeli di Rumah Makan Saung Bambu Wulung Kudus. Karena jumlah data yang akan diteliti terlalu banyak, maka dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode *convenience sampling*. Pada pengambilan sampel dengan cara ini, sampel diambil berdasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Dengan kata lain sampel diambil/terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Penarikan sampel dengan cara ini nyaris tidak dapat diandalkan karena peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang mereka temui. Meskipun keterandalannya diragukan, penarikan sampel dengan cara ini seringkali bermanfaat.⁶ Roscoe dalam buku *research methods for business* (sebagaimana dikutip dalam sugiyono) memberikan saran-saran untuk ukuran sampel dalam penelitian sebagai berikut : 1) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500. 2) bila sampel dibagi dalam kategori, setiap kategori minimal 30 orang.⁷ Karena penelitian yang saya lakukan dibagi dalam tiga kategori yaitu SMP, SMA dan Sarjana, maka jumlah sampel minimal $30 \times 3 = 90$. Dan dibulatkan menjadi 100 responden.

D. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel independen : variabel ini sering disebut variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi

⁶ Sugiharto Dkk, *Teknik Sampling*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, Hal., 38

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*, Alfabeta, Bandung, Hal., 131

atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Kualitas Layanan dan Kualitas Produk yang dikembangkan menjadi (X_1 dan X_2).

2. Variabel dependen : variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁸ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

E. Definisi Operasional.

Variabel dan definisi operasional akan dijelaskan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Oprasional	Dimensi	Indikator	Referensi
Kualitas layanan(x_1)	Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan <i>market share</i> suatu	1. <i>Tangible</i>	a. Kebersihan fasilitas fisik restoran. b. Kerapian penampilan karyawan. c. kemutakhiran (kemodernan) saranafisik yang dimiliki.	Aryani dan Rosinta

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, Hal. 39.

	<p>produk.⁹</p>	<p>1. <i>Emphaty</i></p>	<p>a. Perhatian secara personal oleh karyawan rumah makan</p> <p>b. Mudah diakses</p> <p>c. Memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh.</p>	
		<p>2. <i>Reliability</i></p>	<p>a. Rumah makan menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir.</p> <p>b. Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan. Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.</p>	
		<p>3. <i>Responsiveness</i></p>	<p>a. Kesiediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat.</p> <p>b. Kesiediaan</p>	

⁹ Dwi Aryani dan Febriana Rosinta, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi, Mei-Agustus, 2010, Hal., 115

		<p>4. Assurance</p>	<p>karyawan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat.</p> <p>c. Keluasan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat.</p> <p>a. Reputasi perusahaan yang terjamin.</p> <p>b. Kompetensi (kemampuan) karyawan dalam bidang pelayanan restoran yang diberikan.</p> <p>c. Keramahan karyawan dalam memberikan layanan.</p>	
<p>Kualitas produk (x_2)</p>	<p>Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai</p>		<p>1. <i>Performance</i>, yaitu karakteristik pokok dari</p>	<p>Rachmad Hidayat</p>

	kepuasan yang kompleks. ¹⁰		<p>produk.</p> <p>2. <i>Features</i>, yaitu karakteristik pelengkap atau tambahan.</p> <p>3. <i>Serviceability</i>, yaitu kemudahan dalam menggunakan produk.</p> <p>4. <i>Conformance</i>, yaitu karakteristik desain produk.</p> <p>5. <i>Image</i>, yaitu citra dan reputasi produk yang membedakan dengan produk lain.</p>	
Kepuasan konsumen (Y)	<p>pengertian kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas</p>		<p>1. pelanggan merasa senang makan di rumah makan</p> <p>2. rumah makan ini telah memenuhi harapan pelanggan.</p>	Aryani dan Rosinta

¹⁰ Rachmad Hidayat, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*, Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan Vol 11 No 1, maret, 2009, hal., 59

	pelanggan atau konsumen. ¹¹	3. pelanggan percaya bahwa makan di rumah makan biasanya merupakan pengalaman yang memuaskan. 4. Pelanggan percaya bahwa makan disini menyenangkan hati.
--	--	---

F. Teknik Pengumpulan Data.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode angket (*Kuesioner*). Daftar pertanyaan atau kuesioner diartikan sebagai suatu daftar tertulis yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu hal tertentu untuk dijawab secara tertulis.¹²

Angket didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan lamanya bekerja. Pertanyaan ini digunakan untuk menganalisa jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan tertutup karena taraf kognisi akan menjadi faktor penting dalam menjawab pertanyaan tertutup.

Dalam metode survei didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang berifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), ragu-ragu (skor 3), tidak setuju

¹¹ Dwi Aryani dan Febriana Rosinta, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi, Mei-Agustus, 2010, Hal.,114

¹² Sonny Sumarsono, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2004, Hal.,81.

(skor 2), sangat tidak setuju (skor 1). Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

G. Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen.

1. Uji validitas instrumen

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner valid dan reliabel. Maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur.¹³ Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisisioner atau skala, apakah item item pada kuisisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS. Berikut ini hasil pengujian validitas dan reabilitas berdasarkan uji responden sebanyak 30 orang. Dengan menggunakan bantuan alat olah statistik SPSS 16. Diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

¹³Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Media Kom, Yogyakarta, 2010, Hal., 90.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Corrected item-total Correlation (r_{hitung})	r tabel	Keterangan
KualitasLayanan (X₁)	KL_1	0,722	0,361	Valid
	KL_2	0,562	0,361	Valid
	KL_3	0,484	0,361	Valid
	KL_4	0,737	0,361	Valid
	KL_5	0,443	0,361	Valid
	KL_6	0,592	0,361	Valid
	KL_7	0,592	0,361	Valid
	KL_8	0,443	0,361	Valid
	KL_9	0,737	0,361	Valid
	KL_10	0,737	0,361	Valid
	KL_11	0,722	0,361	Valid
	KL_12	0,374	0,361	Valid
	KL_13	0,484	0,361	Valid
	KL_14	0,562	0,361	Valid
	KL_15	0,722	0,361	Valid
KualitasProduk (X₂)	KP_1	0,514	0,361	Valid
	KP_2	0,436	0,361	Valid
	KP_3	0,397	0,361	Valid

	KP_4	0,543	0,361	Valid
	KP_5	0,388	0,361	Valid
KepuasanKonsumen (Y)	KK_1	0,751	0,361	Valid
	KK_2	0,751	0,361	Valid
	KK_3	0,509	0,361	Valid
	KK_4	0,602	0,361	Valid

2. Reabilitas instrumen

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reabilitas alat ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama.¹⁴ Setiap alat pengukur harusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrumen pengukuran dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Instrumen untuk mengukur masing – masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,06.

Di dalam penelitian ini digunakan *skala likert* untuk memberi arti bagi jawaban responden yang dinyatakan dengan nilai 1-5. Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tersebut valid dan reliabel, maka dilakukan uji validitas membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* lebih besar 0,06.

Untuk menguji reabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis statistik SPSS 16.berikut ini hasil pengujian reabilitas.

¹⁴Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, Hal.,113.

Tabel 3.3
Hasli uji Reabilitas Instrumen

Variabel	Reability Coefficients	Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	15 item	0,904	Reliabel
Kualitas Produk (X_2)	5 item	0,695	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	4 item	0,815	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,60$ ($\alpha > 0,60$), yang artinya bahwa semua variabel X_1 , X_2 , dan Y dapat dikatakan reliabel.

H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan atau penyakit. Berikut ini macam-macam uji asumsi klasik:

1. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas (independen) saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang antar nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.¹⁵ Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam modal regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2001, Hal., 95.

bernilai rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai yang umumnya dipakai adalah nilai tolerance 0,01 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.

2. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka terdapat problem autokorelasi.¹⁶

3. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah heteroskedastisitas.¹⁷

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas* dalam satu model regresi.

4. Uji normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara:

- a. Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

¹⁶ *Ibid*, Hal. 99.

¹⁷ *Ibid*, Hal., 125.

Dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

I. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis.¹⁸

2. Analisis Statistik

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda, yaitu hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda adalah: Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi linier berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

X_1 : Kualitas Layanan

X_2 : Kualitas Produk

Y : Kepuasan Konsumen

a : Konstanta

e : Standar eror

b. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinan digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Jika R^2 sama dengan 0, maka tidak ada

¹⁸SaifudinAzwar, *Metode Penelitian*, PustakaPelajar, Yogyakarta, 2004, Hal.,126.

sedikit pun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika R^2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen. Hasil analisis determinasi ini dapat dilihat pada output *Model Summary* dari hasil analisis regresi linear berganda.¹⁹

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji t dapat dilihat pada *output Coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda.

Kriteria pengujiannya adalah H_0 diterima jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan H_0 ditolak jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$.²⁰

c. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji F dapat dilihat pada *output ANOVA* dari hasil analisis regresi linear berganda.

Kriteria pengujiannya adalah H_0 diterima bila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ dan H_0 ditolak bila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$.²¹

¹⁹*Ibid.* Hal., 66.

²⁰*Ibid.*, Hal., 68.

²¹*Ibid.*, Hal., 67.