

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 kausal (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. Data Primer (*primary data*), adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh

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

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

³ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2004,.5.

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 .Michis Resto 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 Michis Resto 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 sebagai perwakilan dari populasi. Dengan keterbatasan kemampuan peneliti, waktu, tenaga, dan dana, maka peneliti ini akan dilakukan dengan menggunakan sampel.

⁴ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2005, 109.

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

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang membeli di Michis Resto. 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 katagori, setiap katagori minimal 30 orang.⁷ Karena penelitian yang saya lakukan dibagi tiga katagori yaitu SMP, SMA, dan Sarjana, maka jumlah sampel minimal $30 \times 3 = 90$.

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 atau yang

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

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

menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan 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 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 :

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas Produk (X_1)	Kualitas Produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance</i> , yaitu karakteristik pokok dari produk. 2. <i>Features</i>, yaitu karakteristik pelengkap atau tambahan. 3. <i>Serviceability</i>, yaitu kemudahan dalam menggunakan produk. 4. <i>Conformance</i>, yaitu karakteristik desain produk. 5. <i>Image</i>, yaitu citra dan reputasi produk yang membedakan dengan produk lain.
Kualitas Pelayanan (X_2)	Kualitas pelayanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perhatian secara personal oleh karyawan rumah makan. 2. Kebersihan fasilitas fisik

⁸ Sugiyono, Dkk, *Teknik Sampling*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, 39

	produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan <i>market share</i> suatu produk.	restoran. 3. Memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh. 4. Rumah makan menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir. 5. Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan.
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas.	1. Pelanggan merasa senang makan di rumah makan. 2. Rumah makan ini telah memenuhi harapan pelanggan. 3. Pelanggan percaya bahwa makan di rumah makan biasanya merupakan pengalaman yang memuaskan. 4. Pelanggan percaya bahwa makan di sini 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.⁹

Angket didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu 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

⁹ Sonny Sumarsono, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2004, 81.

kognisi akan menjadi faktor penting dalam menjawab pertanyaan tertutup.

Dalam metode survey didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), ragu-ragu (3), tidak setuju (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 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.¹⁰ 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 kuesioner atau skala, apakah item item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang 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.

2. Reabilitas Instrumen

¹⁰ Duwi Priyatno, *Paham Amalosa Statistik Data dengan SPSS*, Media Kom, Yogyakarta, 2010, 90.

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reabilitas alat ukur tersebut diuji. Reabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama.¹¹ 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.

Didalam 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.

H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah 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 multikolinearitas

Uji multikolinearitas 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 ontogonal. Variabel ontogonal adalah variabel bebas yang antar nilai korelasi antar sesama variabel

¹¹ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, 113.

bebas sama dengan nol.¹² 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 bernilai rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai yang umumnya dipakai adalah nilai tolerance lebih besar 0,1 atau sama dengan nilai VIF lebih kecil dari 10.

2. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka terdapat problem autokorelasi.¹³

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan 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.¹⁴

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 di bawah sumbu 0(nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedstisitas* dalam siat model regresi.

¹² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariansi Dengan Program IBM SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2001, 95.

¹³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariansi Dengan Program IBM SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2001, 99.

¹⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariansi Dengan Program IBM SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2001, 125.

4. Uji normalitas

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

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

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 subyek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subyek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis.¹⁵

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 linear berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

¹⁵ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian, Pustaka Pelajar*, Yogyakarta, 2004, 126.

Dimana:

X_1 : Kualitas Produk

X_2 : Kualitas Pelayanan

Y : Kepuasan Konsumen

a : Konstanta

e : Standar eror

b. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinan digunakan untuk mengetahui prosentasi 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 sedikit pun prosentasi 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 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.¹⁶

c. 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 linear berganda.¹⁷

¹⁶Saifudin Azwar, *Metode Penelitian, Pustaka Pelajar*, Yogyakarta, 2004, 66.

¹⁷Saifudin Azwar, *Metode Penelitian, Pustaka Pelajar*, Yogyakarta, 2004, 68.