

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono 2013:2). Ada beberapa pokok pembahasan dalam metode penelitian yaitu rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel, populasi, sampel, metode pengumpulan data dan pengolahan data.

1.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu pengaruh dari kualitas produk, kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Dunkin' Donuts di Sidoarjo. Di dalam metode analisisnya, penelitian ini menggunakan metode analisis linier berganda. Metode tersebut untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen (bebas) yaitu kualitas layanan (KL), kualitas produk (KP) dan promosi (Pr) terhadap variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan konsumen (KK).

Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan (Sugiyono 2013:22). Sedangkan metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat

kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2013:13).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Berdasarkan teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan metode kuesioner. Metode kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan ataupun pernyataan kepada orang lain yang dapat dijadikan sebagai responden untuk dijawab.

1.2 Batasan Penelitian

Batasan dari penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel yang digunakan, yaitu kualitas produk, kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada *Dunkin' Donuts* di Sidoarjo. Obyek dari penelitian ini adalah *Dunkin' donuts* di Sidoarjo. Sebagai responden adalah para konsumen dari *Dunkin' Donuts* di Sidoarjo yang berusia >19 tahun.

1.3 Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2013:38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulan. Berdasarkan judul penelitian yang diambil, maka dalam penelitian ini terdapat 4 variabel yaitu 3 variabel bebas (*independent*) dan 1 variabel terikat (*dependent*). Variabel-variabel tersebut terdiri sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*independent*):

KP (X1) : Kualitas Produk

KL (X2) : Kualitas Layanan

Pr (X3) : Promosi

2. Variabel terikat (*dependent*):

KK (Y) : Kepuasan Konsumen

1.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.4.1 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan informasi ilmiah yang dapat membantu para peneliti lain yang akan melakukan suatu penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Berdasarkan informasi tersebut, seorang peneliti dapat mengetahui dengan mudah bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang akan dibangun berdasarkan konsep yang sama tersebut. Sehingga dapat membantu peneliti jika terdapat perbedaan pemahaman dalam variabel penelitian. Berikut ini beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini :

a. Variabel Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk adalah penilaian responden atas spesifikasi produk *Dunkin' Donuts* di Sidoarjo. Pengukuran variabel ini merujuk pada indikator variabel kualitas produk yang dikembangkan oleh Maretia Mega T. dan Soni Harsono (2013) yaitu:

1. Kelengkapan produk
2. Daya tahan produk
3. Desain produk

b. Variabel Kualitas Layanan (X2)

Kualitas layanan adalah penilaian responden atas pelayanan yang diharapkan dengan yang diberikan oleh produk *Dunkin' Donuts* di Sidoarjo. Pengukuran variabel ini merujuk pada indikator variabel kualitas layanan yang dikembangkan oleh Kum Fai Yuen and Vinh V. Thai (2015) yaitu:

1. Konsistensi pelayanan konsumen
2. Kecepatan dan kemudahan
3. Ketepatan layanan konsumen
4. Ragam penawaran layanan

c. Variabel Promosi (X3)

Promosi adalah penilaian responden atas informasi maupun potongan harga yang ditawarkan produk *Dunkin' Donuts* di Sidoarjo. Pengukuran variabel ini merujuk pada indikator variabel promosi yang dikemukakan oleh Kotler (2009) yaitu:

1. Frekuensi promosi penjualan dalam periode waktu
2. Kualitas promosi penjualan
3. Ketepatan sasaran promosi penjualan

d. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah penilaian responden atas terpenuhinya kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk *Dunkin' Donuts* di Sidoarjo. Pengukuran variabel ini merujuk pada indikator variabel kepuasan konsumen yang dikembangkan oleh Maretia Mega T. dan Soni Harsono (2013) yaitu:

1. Tingkat pelayanan
2. Kualitas produk

3. Keistimewaan produk
4. Daya tarik

3.4.2 Pengukuran Variabel

Variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan metode Skala Likert. Skala likert adalah skala yang paling sering digunakan dalam metode kuesioner untuk melakukan riset atau survei. Menurut Imam Ghozali (2013:17) skala Likert banyak digunakan dalam penelitian akuntansi dan bisnis untuk mengukur sikap. Dalam skala likert biasanya terdapat lima pilihan skala, yaitu

Tabel 3.1
INTERVAL KRITERIA KELAS

Penilaian	Bobot	Interval
Sangat tidak setuju	1	$1, \leq a \leq 1,81$
Tidak setuju	2	$1,81 < a \leq 2,60$
Netral	3	$2,61 < a \leq 3,40$
Setuju	4	$3,41 < a \leq 4,20$
Sangat setuju	5	$4,21 < a \leq 5,00$

Sumber: Lijan Poltak Sinambela (2014:144)

1.5 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan dalam proses pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2014:142) bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Para responden diminta untuk menjawab poin-poin pertanyaan dan menanggapi pernyataan yang terdapat pada kuesioner.

Tabel 3.2
INSTRUMEN PENELITIAN

NO	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER
1 KP	KUALITAS PRODUK (KP)	KP1 Kelengkapan produk KP2 Daya tahan produk KP3 Desain produk	Maretia Mega T. dan Soni Harsono (2013)
2 KL	KUALITAS LAYANAN (KL)	KL1 Komitmen pelayanan konsumen KL2 Kecepatan dan kemudahan KL3 Keepatan layanan konsumen KL4 Ragam penawaran layanan	Kum Fai Yuen and Vinh V. Thai (2015)
3 Pr	PROMOSI (Pr)	Pr1 Frekuensi promosi penjualan dalam periode waktu Pr2 Kualitas promosi penjualan Pr3 Ketepatan sasaran promosi penjualan	Kotler (2009)
4 KP	KEPUASAN KONSUMEN (KP)	KP1 Tingkat pelayanan KP2 Kualitas produk KP3 Keistimewaan produk KP4 Daya tarik	Maretia Mega T. dan Soni Harsono (2013)

Sumber: Maretia Mega T. dan Soni Harsono (2013), Kum Fai Yuen and Vinh V. Thai (2015), Kotler (2009) dan diolah peneliti.

1.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2013:17). Sedangkan menurut Bungin (2013:101) populasi adalah keseluruhan dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Populasi ditetapkan oleh para peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya dapat ditarik kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh

masyarakat yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk dari Dunkin' Donuts di Sidoarjo.

3.6.2 Sampel

Menurut Mudrajad Kuncoro (2013:118) sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Sedangkan menurut Sugiyono (2013:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Selain itu, sampel juga merupakan bagian dari populasi yang benar-benar mewakili dari permasalahan yang akan diteliti. Sebagian dari jumlah anggota populasi yang diambil untuk dapat mewakili populasi tersebut sehingga tidak akan memakan banyak biaya, tenaga dan waktu. Sampel dari penelitian ini adalah sebagian dari masyarakat yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk dari *Dunkin' Donuts* di Sidoarjo. Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Pernah membeli secara langsung produk Dunkin' Donuts minimal 1 (satu) kali dalam 3 (tiga) bulan.
2. Pernah mengkonsumsi produk Dunkin' Donuts minimal 1 (satu) kali dalam 3 (tiga) bulan.
3. Berusia >19 tahun

3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel secara sengaja yang sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Menurut Bungin (2013:118) *purposive sampling* digunakan pada penelitian-penelitian yang lebih

mengutamakan tujuan penelitian daripada sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian.

Menurut Joseph F. Hair (2006:196) analisis regresi disarankan 15-20 observasi per variabel independen, dimana seperti pada perhitungan berikut, yaitu 2 variabel independen $\times 20 = 40$ responden. Tetapi pada penelitian ini tidak hanya mengambil 40 responden karena untuk menghindari *sampel error*, yaitu mengambil 80 responden. Untuk sampel kecilnya penelitian ini mengambil 30 responden. Sehingga jumlah responden yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 110 responden. Dalam pengambilan sampel ini, responden harus memiliki peran yang penting dalam pembelian produk *Dunkin' Donuts* sehingga dapat membuat keputusan terhadap hasil pembelian.

3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Menurut Bungin (2013:128) data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama di lapangan. Metode yang digunakan dalam pengambilan data primer yaitu dengan menggunakan metode survei yang dapat berupa wawancara atau penyebaran kuesioner dan metode observasi dengan cara mengamati pola perilaku individu-individu yang diteliti. Dengan menggunakan metode tersebut dapat memperoleh data atau informasi yang berkualitas dan relevan.

3.7.2 Metode Pengumpulan Data

Metode yang akan digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden. Dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang pernah mengonsumsi dan membeli secara langsung produk *Dunkin' Donuts* di Sidoarjo kemudian menjelaskan cara dalam pengisian kuesioner tersebut. Kemudian responden diminta untuk mengisi pernyataan maupun pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Setelah responden mengisi seluruh isi kuesioner, selanjutnya kuesioner akan di seleksi kemudian dapat diolah oleh peneliti.

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013:202), validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Uji validitas dapat digunakan untuk mengetahui kevalidan data yang diperoleh dari para responden. Suatu kuesioner dapat dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghozali 2013:52).

Dalam uji validitas ini, setiap komponen dapat diuji relasinya dengan total variabelnya. Pada setiap komponen yang ada pada variabel X dan Y akan diuji relasinya dengan total variabelnya. Suatu instrument dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika instrument tersebut menjalankan fungsi

ukurannya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan dilakukannya pengukuran.

Menurut Imam Ghozali (2013:52), syarat yang harus dipenuhi dalam uji validitas yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Jika tingkat signifikansi sebesar 0.05 dapat dinyatakan valid.
2. Jika nilai signifikansi melebihi nilai alpha 0.05 dapat dinyatakan tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini tidak sama dengan uji validitas, yaitu pengukuran yang dilakukan dapat mengukur secara tepat, namun belum tentu sesuai dengan yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono (2014:268), suatu data dikatakan reliable apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menunjukkan data yang tidak berbeda.

Ada tiga cara yang digunakan dalam mengestimasi uji reliabilitas yaitu pendekatan tes ulang, pendekatan tes paralel dan pendekatan satu kali pengukuran. Metode yang paling sering digunakan adalah metode pendekatan tes ulang. Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil dari pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran yang kedua kalinya atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat pengukur yang sama pula. Untuk melihat reliabilitas pada masing-masing instrumen yang akan digunakan dapat menggunakan koefisien cronbach alpha () dengan menggunakan SPSS.

Menurut Mudrajat Kuncoro (2013: 183) instrumen penelitian dapat dikatakan konsisten jika nilai dari *cronbach alpha* () lebih besar dari 0,6.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah bertujuan untuk mengetahui dalam model regresi linier apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ sebelumnya (Imam Ghozali 2012:106). Observasi yang berurutan sepanjang waktu dan berkaitan satu sama lain dapat mengakibatkan munculnya autokorelasi. Jika terjadi korelasi maka dapat dinamakan ada *problem* autokorelasi. Untuk memeriksa dan mengetahui adanya autokorelasi dapat dilakukan dengan membandingkan nilai statistik hitung *Durbin Watson* pada perhitungan regresi dengan statistik tabel *Durbin Watson* pada tabel. Di bawah ini keputusan dalam melakukan uji Durbin Watson:

1. Jika $(D-W) < d_1$, maka H_0 ditolak
 2. Jika $(D-W) > d_2$, maka H_0 diterima
- Jika $d_1 < (D-W) < d_2$, maka tidak dapat diambil kesimpulan

3.9.2 Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2013:239) uji normalitas dapat digunakan untuk mengkaji kenormalan variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Apabila data variabel tidak normal maka pengujian hipotesis tidak bisa menggunakan statistik parametrik. Sebuah asumsi dapat ditunjukkan oleh nilai *error* yang berdistribusi normal pada model regresi linier. Model regresi

yang memiliki distribusi mendekati normal atau normal adalah model regresi yang baik karena layak dilakukan pengujian secara statistik.

Dasar dalam pengambilan keputusan dapat dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*) sebagai berikut:

1. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

3.9.3 Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2012:105) uji multikolinearitas adalah bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas. Apabila terjadi korelasi maka terdapat problem multikolinearita. Jika memang terbukti adanya multikolinearitas maka sebaiknya salah satu variabel independen dikeluarkan dari model, kemudian model regresi dapat diulang kembali (Singgih Santoso 2012:234). Dalam mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat pada besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*.

3.10 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014:206) bahwa analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mantabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah

diajukan. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis data yaitu analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda dan uji asumsi klasik.

3.10.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2014:206) analisis deskriptif adalah statistika yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif ini dalam penelitian digunakan untuk menunjukkan hasil dari penelitian. Khususnya yang berkaitan dengan para respondennya dan uji validitas dan reliabilitas.

3.10.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan antara dua atau lebih variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat) secara linier. Analisis ini untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel tersebut apakah berhubungan positif atau negatif. Menurut Imam Ghazali (2013:96) analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Sedangkan menurut Sugiyono (2013:277) analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. Analisis regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Variabel Terikat “Kepuasan Konsumen”
α	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien Regresi
X1	= Variabel Bebas “Kualitas Produk”
X2	= Variabel Bebas “Kualitas Layanan”
X3	= Variabel Bebas “Promosi”
e	= error

Menurut Lind dalam Sunjoyo (2013) uji regresi dapat dilakukan jika telah memenuhi asumsi-asumsi yang berlaku dalam regresi berganda, antara lain:

1. Terdapat hubungan yang linier (terdapat hubungan garis lurus antara variabel terikat dan sekelompok variabel bebas).
2. Variabel-variabel independennya tidak boleh berkorelasi. Pada umumnya jumlah variabel independen berkisar antara dua sampai empat variabel.

Walaupun secara teoritis bisa digunakan banyak variabel bebas, namun penggunaan lebih dari tujuh variabel bebas dianggap tidak efektif memenuhi asumsi klasik. Pengujian regresi ini menggunakan program SPSS yang dimaksudkan guna menguji apakah model yang dibuat mempunyai kesesuaian yang baik atau memiliki hubungan kualitas yang dihipotesiskan.

3.11 Pengujian Hipotesis

3.11.1 Koefisien Korelasi dan Determinasi

Koefisien korelasi (R) adalah digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan antar variabel. Ada dua macam hubungan dalam dua variabel yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Menurut Imam Ghozali (2013:96) korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisa korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dan variabel independen.

Koefisien determinasi (R^2) adalah kemampuan variabel independen terhadap varian dari variabel dependennya. Koefisiensi determinasi dapat dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi. Nilai dari koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen yang memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

3.11.2 Uji t

Uji t atau dikenal dengan uji parsial digunakan untuk menguji dan mengetahui tingkat signifikansi pengaruh dari variabel bebas secara masing-masing terhadap variabel terikatnya. Selanjutnya hasil dari perhitungan dibandingkan dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05 uji dua pihak $dk = n -$

2. Berikut langkah-langkah yang harus dilakukan dalam melakukan uji ini:

- a) Merumuskan hipotesis
- b) Menentukan tingkat signifikan
- c) Mengambil kesimpulan analisis

Apabila hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa H_0 ditolak, maka variabel independennya secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Tetapi apabila H_0 diterima, maka variabel independennya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependennya. Peneliti menggunakan uji signifikan atau parameter r dalam pengujian hipotesisnya untuk dapat menguji tingkat signifikansi antar variabel.

3.11.3 Uji F

Uji F atau dikenal dengan uji simultan adalah digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel bebas secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat. Distribusi F dapat ditentukan oleh derajat kebebasan dari pembilang dan penyebut, yaitu k dan $n - k - 1$ menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Berikut langkah-langkah yang harus dilakukan dalam melakukan uji ini:

1. Menunjukkan hipotesis nol dan hipotesis alternatif
2. Tingkat signifikan yang digunakan yaitu 0,05
3. Alat uji yang digunakan yaitu software SPSS for windows

Apabila H_0 diterima maka signifikannya pengaruh dari variabel independen secara simultan atas suatu variabel dependen dan penolakan H_0 menunjukkan adanya signifikan pengaruh dari variabel independen yang secara simultan terhadap variabel dependen.