

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini dipergunakan untuk menyelesaikan penelitian. Pada penelitian ini mempergunakan metode kuantitatif, penelitian kuantitatif ialah suatu penelitian dimana hasilnya dipaparkan dengan bentuk deskripsi dan menggunakan angka serta statistik<sup>26</sup>. Dalam penelitian peneliti ingin melihat “pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *facial wash pond's* di Pondok Pesantren Sunan Kalijaga Pakuncen, Patiarowo, Kabupaten Nganjuk.”

#### B. Lokasi Penelitian.

lokasi penelitian ini di Pondok Pesantren Sunan Kalijaga, yang beralamat di Desa Pakuncen, Kecamatan Patianrowo, Kabupaten Nganjuk.

#### C. Populasi dan Sampel.

##### 1. Populasi.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek dengan jumlah serta kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, lalu ditarik kesimpulannya. Populasi bisa berhubungan dengan data dan tidak hanya berfokus pada manusia saja<sup>27</sup>.

---

<sup>26</sup>Ibnu Hajar, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan* (Jakarta: Grafindo Persada, 1996), 30.

<sup>27</sup> Sandu Siyoto, Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015), 63.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah santriwati Pondok Pesantren Sunan Kalijaga, Pakuncen, Patianrowo, Nganjuk, sebagai konsumen *Facial Wash Pond's* yang berjumlah 120 santriwati pengguna produk.

## 2. Sampel.

Sampel ialah wakil atau sebagian dari populasi yang akan diteliti. Untuk memperoleh suatu informasi pada setiap populasi, maka penulis harus menentukan sampel yang sejenis ataupun yang mewakili populasi pada jumlah tertentu. Pada penelitian ini teknik yang digunakan dalam mengambil sampel yakni mempergunakan teknik *nonprobability sampling*, adalah teknik sampling yang tidak dapat memberikan peluang (kesempatan) yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel. Dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan sampel jenuh, hal tersebut dikarenakan populasi yang relatif kecil sehingga memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah  $120 - 30 = 90$  responden. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah memakai produk *Facial Wash Pond's* yakni para santriwati yang menjadi konsumen *Facial Wash Pond's*, yang telah melakukan pembelian lebih dari satu kali.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013) 116.

#### D. Variabel Penelitian.

Variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>29</sup> Variabel-variabel yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Variabel bebas (Independent)

Variabel *independent* atau biasa disebut dengan variabel bebas. Variabel *Independent* ialah variabel yang menjadi suatu sebab berubahnya serta munculnya variabel *dependent* atau biasa disebut dengan variabel terikat. Variabel *independent* pada penelitian ini ialah Kualitas produk (X). Adapun paparannya yaitu :

##### a. Kualitas Produk (X)

Kualitas adalah faktor pemuas pada kebutuhan yang tidak terlepas dari sebuah jasa ataupun produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Kualitas produk merupakan suatu hal utama yang diperhatikan oleh perusahaan, kualitas juga merupakan suatu kebijakan penting yang dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing produk yang untuk memberi kepuasan konsumen yang melebihi atau bahkan tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing.

Kualitas produk memiliki hubungan erat dengan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk

---

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2011), 63-64.

keseluruhan produk, ketepatan, keandalan, kemudahan pengoprasian dan atribut bernilai lainnya. Produk yang ditawarkan oleh badan usaha akan berbeda dan pastinya juga mempunyai karakteristik yang membedakan antatar produk tersebut dengan produk pesaing, walupun jenis produknya sama. Dalam kaitannya dengan produk ada beberapa dimensi Kualitas Produk menurut Kotler dan Amstrong dalam bukunya yang berjudul Prinsip-prinsip pemasaran.<sup>30</sup>

Berikut Indikator Kualitas Produk (X), menurut Tjiptono :

**Tabel 3.1**  
**Indikator Kualitas Produk Variabel X**

Variabel	Indikator	Keterangan
	<i>Form</i> (kualitas tekstur)	Bentuk atau struktur fisik yang dapat disentuh panca indera
	<i>Feature</i> (pelengkap)	Pelengkap atau manfaat untuk menambah suatu pengalaman.
	<i>Customization</i> (varian produk)	Konsumen dapat mengolah atau memilih sesuai dengan harapan.
Kualitas Produk (X)	<i>Conformance Quality</i> (kualitas dari produk)	Kesesuaian dengan spesifikasi yang telah diberikan.
	<i>Durability</i> (usia produk)	Daya tahan atau batas akhir dari suatu produk
	<i>Reliability</i>	Kemungkinan kecil

<sup>30</sup> Philip Kotler dan Grey Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Terjemahan Bob Sabron (Jakarta : Erlangga, 2006), 272.

	(keamanan)	terjadinya kerusakan.
	<i>Design</i> (kemasan)	Tampilan yang sesuai dengan produk.

Sumber : Indikator Kualitas Produk menurut Kotler dan Keller.

Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan 7 indikator kualitas produk yakni *form, feature, customization, conformance quality, durability, realibility*, dan *design*. hal tersebut dikarenakan sesuai dengan keadaan yang ada dilapangan

## 2. Variabel terikat (*Dependent*)

Variabel *dependent* (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat penelitian ini yakni kepuasan konsumen (Y).

Kepuasan konsumen merupakan perasaan *customer* setelah membandingkan antara apa yang di peroleh serta harapannya. Seorang customer, apabila merasakan kepuasan dengan nilai dari jasa ataupun produk, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang baik senang ataupun kecewa yang berasal dari hasil perbandingan antara apa yang diterima dan harapan akan suatu produk. Menurut Kotler dan Keller kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan

harapannya. Berikut indikator kepuasan konsumen menurut Irawan:

**Tabel 3.2**  
**Indikator Penelitian Variabel Y**

Variabel	Indikator
Kepuasan Konsumen (Y)	Perasaan puas
	Merekomendasikan
	Selalu membeli produk
	Merasa terpenuhi
	Perilaku pasca pembelian

Sumber : Indikator kepuasan konsumen menurut Irawan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 5 indikator kepuasan konsumen yakni perasaan puas, merekomendasikan, selalu membeli produk, merasa terpenuhi dan perilaku pasca pembelian, hal tersebut dikarenakan sesuai dengan keadaan yang ada dilapangan.

#### **E. Sumber dan Teknik pengumpulan data.**

##### **1. Sumber Data.**

Sumber data dapat dipecah menjadi dua, yakni sumber data primer dan juga sumber data sekunder. Sumber data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli.<sup>31</sup> Yang menjadi sumber data primer yaitu santriwati PP. Sunan Kalijaga sebagai konsumen *Facial Wash Pond's*. sedangkan sumber data sekunder biasanya diperoleh dalam bentuk sudah jadi dan sudah dipublikasi.

<sup>31</sup>Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), 171.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Yang dilakukan peneliti dalam pengumpulan data ialah mempergunakan metode pengumpulan data dengan wawancara, angket, pengamatan pada data, dengan melakukan berbagai dokumentasi, uji dan lain-lainnya. Yang dipergunakan peneliti dalam pengumpulan data pada penelitian ini ialah dengan menyebarkan angket sehingga dapat terkumpulnya data dari responden yang mana angket tersebut adalah serangkaian pernyataan serta pertanyaan yang tertulis dan yang akan dijawab responden. Metode ini bisa dilakukan dengan kuesioner atau daftar pertanyaan yang diberikan pada responden yang memenuhi syarat yang telah ditentukan.<sup>32</sup>

### F. Instrument Penelitian

Instrument yang dipakai ialah kuesioner. Kuesioner adalah instrumen yang berguna dalam mengumpulkan data dengan memberi beberapa pertanyaan kepada responden untuk dijawab, cara mengisi kuesioner yaitu dengan memberikan poin pada daftar pertanyaan. Kuesioner dalam penelitian menggunakan *skala likert* dan pengisiannya menggunakan tanda (✓) pada jawaban yang dipilih.

---

<sup>32</sup>Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi*, (Yogyakarta: Caps, 2011), 22

Sangat Setuju	Skor	5
Setuju	Skor	4
Ragu-ragu	Skor	3
Tidak setuju	Skor	2
Sangat Tidak Setuju	Skor	1

## G. Teknik Analisa Data

### 1. *Editing* (Pemeriksaan data)

*Editing* ialah proses memeriksa data pada kuesioner yang disebar apakah terdapat kekeliruan dalam pengisian<sup>33</sup> Saat melaksanakan pengecekan kelengkapan data yang diperoleh, yaitu dengan memeriksa isi instrumen dalam pengumpulan data jika ada yang terlepas atau sobek.

### 2. *Coding atau Categorizing*

*Coding* ialah membubuhi (menandai) atau mengkodekan setiap data yang bisa dikatakan sebagai kategori yang sama pada kuesioner. kategori adalah penggolongan data yang diperoleh pada kuesioner kedalam penggolongan variabel yang telah ditetapkan. Kode yang ditetapkan peneliti dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kode X untuk variabel bebas, yaitu Kualitas Produk
- 2) Kode Y untuk variabel terikat, yaitu kepuasan Pembeli

<sup>33</sup>Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Bagian Penelitian Fakultas Ekonomi UII, 1996), 81



### 3. *Scoring*

Yakni pemberian skor ataupun nilai pada item yang akan dinilai. Setiap item skor pernyataan dari kuesioner ditentukan sesuai dengan pilihan.<sup>34</sup> Proses menilai sesuai pada jawaban yang diberikan:

1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-ragu	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

### 4. *Tabulating*

Tabulasi ialah pengelolaan akhir dari bagian data, dengan memuat data dalam tabel melakukan penyusunan angka serta menghitung, dengan penggunaan daftar tabel, bisa mempermudah peneliti untuk melakukan perhitungan serta memasukan data dalam tabel yang didapatkan dari perhitungan rumus.

### 5. *Processing*

Penghitungan dan pengolahan atau menganalisa data yang telah diperoleh dengan statistik.<sup>35</sup> Dalam proses ini dibantu dengan mempergunakan aplikasi SPSS.

<sup>34</sup>Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2008), 184

<sup>35</sup>M Burhan, Buangin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Prenada Media, 2005), 168

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Suatu instrumen bisa dipakai dalam penelitian ini apabila telah dinyatakan valid. Agar dapat mengetahui valid tidaknya, maka rumus yang digunakan yakni :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r = koefisien validitas dari pertanyaan

x = Skor masing-masing pertanyaan atau pernyataan

y = Skor seluruh pertanyaan atau pernyataan

n = Jumlah responden

2) Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas memiliki manfaat untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur bisa dapat dipercaya serta dapat diandalkan<sup>36</sup>. Untuk mengukur realibilitasnya memakai bantuan aplikasi SPSS. Ukuran kemantapan alpha dapat di interprestasikan:

- a) Nilai alpha > 0,60 maka dapat dikatakan reliabel atau konsisten.
- b) Nilai alpha < 0,60 maka dapat dikatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

b. Uji Asumsi Klasik

<sup>36</sup>Syofian Siregar, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS* (Jakarta: Kencana, 2017), 46

### 1) Uji Normalitas

Bertujuan untuk melihat apakah data yang diperoleh mempunyai distribusi yang normal ataupun tidak. Jika data tersebut mempunyai nilai lebih besar atau sama dengan taraf signifikan yang telah ditentukan 5% maka dapat dikatakan yang diperoleh berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, pengujiannya dilakukan dengan cara menggunakan program SPSS 21 dengan melakukan nilai uji *Kolmogrov Smirnov* dengan ketentuan analisis jika nilai *sig. 2 tailed*  $\geq 0,05$  berarti data dikatakan berdistribusi normal.<sup>37</sup>

### 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas sangat bermanfaat untuk mengetahui dalam model regresi apakah terjadi perbedaan varian dan residual satu pengamatan yang lain. Regresi yang baik adalah yang terhindar dari Heteroskedastisitas.<sup>38</sup> Patokan pengambilan keputusan pada penelitian ini di uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatter plot*:

- a) Jika dalam grafik terdapat pola titik-titik yang berbentuk teratur maka bisa dikatakan terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika pada grafik tidak diketahui pola yang jelas, maka bisa dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3) Uji Autokorelasi

---

<sup>37</sup> Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2016), 93.

<sup>38</sup> Fajri Ismail, *Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial* (Jakarta : Prenadamedia Group, 2018), 220.

Uji Autokorelasi ialah berguna untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antar variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya (t-1).

c. Uji Korelasi (r)

Analisis korelasi memiliki bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X dan variabel Y, untuk menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara persepsi sebagai variabel bebas dengan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Analisis korelasi pada penelitian ini menggunakan metode *Pearson Product Moment* dengan ketentuan sebagai berikut:

a) Berdasarkan nilai signifikansi:

- 1 Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  berarti terdapat korelasi
- 2 Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  berarti tidak terdapat korelasi
- 3 Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  berarti tidak terdapat korelasi

b) Berdasarkan nilai r:

- 1 Apabila nilai  $r = 0,00$  sd  $0,2$  berarti korelasi sangat rendah
- 2 Apabila nilai  $r = 0,21$  sd  $0,4$  berarti korelasi rendah
- 3 Apabila nilai  $r = 0,41$  sd  $0,6$  berarti korelasi sedang
- 4 Apabila nilai  $r = 0,61$  sd  $0,8$  berarti korelasi kuat

5 Apabila nilai  $r = 0,81$  sd  $1,00$  berarti korelasi sangat kuat.<sup>39</sup>

d. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat pengaruh variabel independen (persepsi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Regresi sederhana digunakan untuk penelitian yang mempunyai satu variabel independen dan satu variabel dependen. Berikut adalah model persamaan regresi linear sederhana :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

X = Kualitas Harga

b = Koefisien arah regresi

e. Uji t

Uji ini untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Cara pengujiannya ialah dengan cara menghitung nilai t-hitung dan t-tabel, kemudian membandingkan hasil keduanya. Syarat penerimaan hipotesis, yakni:

- 1) Nilai sig.  $< 0,05$  dan t-hitung  $>$  t-tabel,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

---

<sup>39</sup>Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 68.

2) Nilai sig. > 0,05 dan t-hitung < t-tabel,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.<sup>40</sup>

f. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Uji determinasi ( $R^2$ ) dipergunakan sebagai pengukur seberapa jauh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Kekuatan pengaruh tersebut berada antara 0 dan 1. Jika nilai determinan mendekati satu, berarti variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

---

<sup>40</sup> *ibid.*