

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif yang merupakan penelitian empiris yang datanya dalam bentuk angka-angka.¹ Pendekatan kuantitatif yakni metode atau pendekatan penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, dipakai guna meneliti pada sampel atau populasi tertentu, pengumpulan data memakai instrumen penelitian, sifat analisis datanya statistik, bertujuan guna pengujian hipotesis yang sudah ditentukan.² Penelitian ini termasuk penelitian korelasi atau penelitian guna mengetahui ada atau tidak hubungan diantara dua atau beberapa variabel.³

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui adanya pengaruh atau tidak pengaruh diantara variabel x (Kualitas) dengan variabel y (kepuasan konsumen) Produk NSTM Nasa pada Distributor Nasa di Stokist BE. 3304 Pringsewu

B. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini yakni Distributor Arlin di Stokist BE.3304 Kec. Sukoharjo Kab. Pringsewu Lampung.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

¹ Sahrum dan Sallim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Citapustaka, Bandung: 2012), 38.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 9

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 248

Populasi yakni seluruh objek pada penelitian.⁴ Jadi populasi dalam penelitian yaitu rangkaian objek penelitian dalam bentuk manusia, nilai, hewan, gejala, kejadian, perilaku hidup dan lain-lain.⁵ Populasi dalam Penelitian ini yakni semua Distributor Arlin di Stokist BE.3304 Kab. Pringsewu yang membeli produk NSTM NASA lebih dari 1 (satu) kali yaitu 78 orang.

2. Sampel

Sampel termasuk bagiannya populasi. Dikarenakan ia termasuk bagiannya populasi maka ia wajib mempunyai karakteristik yang cocok dengan yang dipunyai oleh populasinya.⁶ Sampel wajib representatif, jadi populasi yang dipilih bisa mewakili dan dapat dijadikan sebagai benang merah dalam bentuk generalisasi (penyamarataan). Setelah itu dipakai guna menentukan seberapa banyak sampel yang wajib dipilih dalam sebuah populasi.

Arikunto menjelaskan jika usaha pengambilan sampel jika total respondennya <100 responden maka sebaiknya total tersebut (semua sampel) digunakan semuanya, namun jika total subyeknya >100 responden dapat dipakai interval 10% hingga 15% atau 20% hingga 25%.⁷

Dalam Riset ilmiah ini teknik yang digunakan adalah *Sampling* jenuh yang diartikan sebagai teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi relatif kecil.⁸ pada penelitian ini jumlah konsumen Distributor Arlin di Stokist BE.3304 Kab. Pringsewu yang menggunakan produk NSTM NASA sebanyak 78 orang.

⁴ Suharsimmi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2018), 174

⁵ Burhan Bugin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2005), 98.

⁶ Saifudin Anwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: pustaka pelajar, 2015), 78

⁷ Arikunto, S, *Prosedur Penelitian Suatu Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 113

⁸ Ibid, 68.

D. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yakni:

1. Variabel bebas atau *Independent Variable* yakni variabel yang bisa memberikan pengaruh atau menjadi penyebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat (*Dependent Variable*).

Dalam penelitian ini yang jadi variabel bebas ialah kualitas produk (X).

2. Variabel terikat atau *Dependent variable* yakni variabel yang dianggap sebagai akibat atau yang terpengaruh oleh variabel yang mendahuluinya. Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu kepuasan Produk NSTM NASA (Y).

E. Definisi Operasional

Penelitian ini mempunyai satu variabel bebas yakni Kualitas produk (X) dan variabel terikat yakni Kepuasan Konsumen (Y). makna operasional dari setiap variabel tersebut yaitu :

Menurut kotler dan Amstrong kualitas produk yaitu ciri-ciri produk yang bergantung kepada keahliannya dalam pemuasan kebutuhannya konsumen yang diungkapkan atau diimplikasikan.⁹

Tabel 3.1
Parameter Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator
----------	-----------	---------------------

⁹ Philip Kotler dan Gery Amstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2006), 273.

Kualitas (X) (Kotler & Keller, (2012)	<i>Form</i>	Teksturnya produk yang terdapat pada nstm nasa cair dan mudah dicampurkan dengan air minum biasa.
	<i>Feature</i>	Nstm Nasa merubahakan obat dari bahan herbal yang dapat menyembuhkan berbagai penyakit. Nstm Nasa juga berfungsi menjaga daya tahan tubuh
	<i>Customization</i>	Konsumen dapat mencampurkan produk nstm nasa dengan air putih
	<i>Conformance Quality</i>	Menciptakan kesamaan produk dan memenuhi detailnya produk yang sudah terpenuhi
	<i>Durability</i>	Usianya produk NSTM NASA bisa bertahan sampai 3 tahun dan daya tahannya kualitas produk

	<i>Reliabilty</i>	Ada garansi <i>retur</i> atau mengembalikan produk ketika produknya dalam kondisi cacat atau rusak
	<i>Design</i>	Kemasannya NSTM NASA kecil dan simple sehingga mudah dibawa.

Sumber: *Indikator kualitas produk menurut Philip Kotler dan Keller*”.

Tabel 3.2
Indikator kepuasan konsumen

Variabel	Variabel indikator	Deskripsi Indikator
Kepuasan Konsumen (Y)	Kesesuaian Harapan	Konsumen puas dengan hasil dari konsumsi NSTM NASA
	Minat datang kembali	Konsumen merasakan kepuasan sesuai dilayani ketika membeli produk yang diberikan oleh NSTM NASA
	Kesediaan merekomendasikan	Konsumen merasakan kepuasan dengan pemberian hasil dari produk NTSM NASA dan bersedia memberikan rekomendasi pada orang lain untuk memakai produk tersebut.

Sumber: *Fandy Tjiptono,*

F. Sumber Data

Penelitian ini memakai dua sumber data sebagai berikut;

1. Data Primer

Data primer yakni data yang didapatkan langsung dari responden yang dihimpun melalui cara observasi dengan menyebarkan kuosioner dan juga memakai media *google form* yang disebarakan melalui sosial media. Dalam penelitian ini data yang didapatkan langsung dari konsumen yang pernah melakukan pembelian pada produknya NSTM NASA.

2. Data Sekunder

Sugiyama menyebutkan jika data sekunder termasuk data yang dihimpun dari pihak lainnya dimana data tersebut mereka jadikan sebagai sarana untuk kepentingannya mereka sendiri. Bisa disebut juga jika data sekunder yakni sumber datanya penelitian yang didapat tidak secara langsung dari sumbernya namun melalui media perantara. Misalnya berbagai buku literatur, koran, foto, ataupun platform media sosial.

G. Instrumen Penelitian Data

Menurut Suharsimi Arikunto, pengumpulan data bisa dilaksanakan melalui cara observasi, angket dan dokumentasi. Hal tersebut dilaksanakan guna memperoleh validnya informasi melalui tepatnya proses penghimpunan data: dalam penelitian ini memakai teknik penghimpunan data berikut:¹⁰

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta:Rineka Cipta, 1991), hal. 195

1. Angket

Angket atau kuosioner yakni daftar pertanyaan yang dipakai peneliti dalam memperoleh informasi dalam bentuk berbagai hal yang diketahui oleh para responden. Penelitian ini memakai kuosioner tertutup.

Dalam penelitian ini angketnya berisi mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitasnya produk NSTM Nasa. Maka nanti responden akan memperoleh pilihan pertanyaan yang memakai Skala Likert, dimana terpilihnya jawaban oleh responden memiliki keterkaitan dengan nilai dalam bentuk angka. Metode ini dipakai peneliti guna mengetahui tingkat kualitasnya produk terhadap kepuasannya konsumen.

2. Wawancara

Peneliti memakai metode wawancara atau teknik mendapatkan data secara langsung dengan bertanya pada Stokist dan Distributor untuk memperoleh data mengenai gambaran umum perusahaan.

H. Analisis Data

Data yang sudah terhimpun, baik yang memiliki keterkaitan dengan kualitasnya produk dan kepuasannya konsumen NSTM NASA akan dilakukan penganalisan. Berikut beberapa tahapan penganalisan data yang dilaksanakan oleh peneliti:

1. *Editing (memberikan data)*

Data yang sudah masih masih memerlukan pemeriksaan apakah ada hal yang salah ketika mengisi ataupun hal yang lain. Dikarenakan terdapat kemungkinan ada data yang tidak cocok, kelengkapannya kurang, bahkan palsu. Jadi tahap memeriksa kembali termasuk tahapan yang dinilai sangat penting untuk peneliti.

2. *Scoring* (memberi skor)

Scoring termasuk tahapan memberi nilai terhadap pertanyaan yang harus diberikan skor/nilai. Tahap *scoring* ini dengan cara memberikan angka atau skor pada lembar jawabannya kuosioner di setiap subjek. Skor/nilai masing-masing item kuosioner ditentukan cocok dengan peringkat pilihan sebagai berikut:¹¹

- a. Jawaban SS (sangat setuju) diberi skor 4
- b. Jawaban S (setuju) diberi skor 3
- c. Jawaban KS (kurang setuju) diberi skor 2
- d. Jawaban TS (tidak setuju) diberi skor 1

3. *Tabulating* (penyusunan tabel)

Seusai diberikan skor, nanti hasilnya akan ditransfer menjadi berbagai data yang mudah dilihat dan dipahami. Dengan melaksanakan baiknya pencatatan yang sistematis akan membuat peneliti lebih mudah dalam tahapan penganalisisan data. Dalam penelitian ini proses memberikan skor akan diberikan penjelasan oleh peneliti dalam pernyataan dibawah. Untuk data yang sudah terhimpun selanjutnya akan ditampilkan kebentuk tabel dan inilah yang dimaksud dengan tahapan tabulasi data.¹²

4. *Processing* (proses olah data)

Processing yakni tahapan pengolahan atau penganalisisan data dan juga melakukan perhitungan statistik.¹³ Pada tahapan ini peneliti memakai bantuannya program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*)²⁴ dengan memakai analisis statistik sebagai berikut:

¹¹ Bambang Prasetyo, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008),. 170

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 211

¹³ Bambang Prasetyo, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 175

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Validitas yakni ukuran yang menyajikan seberapa tingkatan kevalidannya sebuah instrumen. Validitas konstruk dilakukan pengukuran melalui metode pencarian korelasi diantara setiap soal dengan nilai total yang memakai analisis korelasi *product moment* melalui bantuannya aplikasi SPSS. Dalam penentuan valid atau tidaknya item dalam angket yakni dengan melakukan perbandingan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} atau melakukan perbandingan nilai *p-value* dengan nilai α yang besarnya 0,05 (tingkat kesalahan 5%). Adapun patokannya yakni:

- a) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau nilai *p-value* < nilai α (0,05), maka item pertanyaan atau pernyataan dalam instrumen dinyatakan valid.
- b) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau nilai *p-value* \geq nilai α (0,05), maka item pertanyaan atau pernyataannya tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas yakni tumpuan yang menampilkan sejauh mana alat pengukur bisa terpercaya atau bisa diandalkan. Dalam penelitian ini kriteria uji reliabilitas instrumentnya melalui teknik *cronbach's alpha*. Ukuran kemantapan alpha dapat direpresentasikan sebagai berikut:

- a. Nilai *alpha* 0,00-0,2 berarti kurang reliabel
- b. Nilai *alpha* 0,21-0,4 berarti agak reliabel
- c. Nilai *alpha* 0,41-0,6 berarti cukup reliabel
- d. Nilai *alpha* 0,61-0,8 berarti reliabel

e. Nilai *alpha* 0,81-1,00 berarti sangat reliabel.¹⁴

b. Analisis Deskriptif

Analisis pada data ini memakai uji deskriptif, data yang didapatkan akan dilakukan pendeskripsian supaya pembaca dapat secara mudah untuk memahaminya. Data ini bermanfaat guna mengetahui tingkatan kepuasannya konsumen NSTM Nasa.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai guna mengetahui normal atau tidak variabel terikat dan variabel bebasnya dalam suatu regresi. Dalam melaksanakan Uji Normalitas bisa dilaksanakan melalui cara sebagai berikut:

- a) Membuat grafik distribusi normal dengan bantuan program SPSS.
- b) Melaksanakan pengujian secara statistik melalui cara perhitungan nilai kurtosis dan skwenessnya.

2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak ditemukan korelasi diantara variabel *independen*. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Adanya multikolinearitas ditunjukkan dengan nilai *tolerance* $\geq 0,01$ atau ≤ 10 .¹⁵

¹⁴ Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Desertasi & Umum*, (Jakarta: Global Media Informasi, 2008), 187

¹⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS Edisi Ketujuh* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 112.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain yang konstan atau homoskedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara menguji ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0, serta tidak mengumpul, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.¹⁶

4) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan lain yang disusun menurut runtut waktu. Syarat model regresi linier baik itu tidak adanya masalah autokorelasi. Uji autokorelasi berfungsi untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t-1$). Cara mendeteksi autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika dU (batas atas) $< DW < 4-dU$ maka tidak ada autokorelasi.
- Jika $DW < dL$ atau $DW > 4-dL$ maka terjadi autokorelasi.
- Jika $dL < DW < dU$ atau $4-dU < DW < 4-dL$ maka tidak dapat disimpulkan.¹⁷

¹⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 159.

¹⁷ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), 158.

d. Analisis Korelasi Pearson

Korelasi *Pearson Product Moment* yakni guna pencarian arah dan kekuatan hubungan diantara variabel bebas (X) dengan variabel tak bebas (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.¹⁸ Berbagai langkah yang dilaksanakan guna penentuan nilai korelasi (r) yakni:

- Membuat tabel penolong
- Menghitung nilai r

Rumus :

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

Keterangan:

r : Korelasi PPM

n : Total sampel

x : Variabel bebas (kualitas produk)

Y : Variabel terikat (kepuasan konsumen)

Korelasi *Pearson Product Moment* yakni proses menghitung guna pencarian arah dan kekuatannya hubungan diantara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.¹⁹ Berikut yaitu interpretasi korelasi *Pearson Product Moment*.

Tabel 3.3
Pedoman untuk memberikan Interpretasi koefisien korelasi.²⁰

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
--------------------	------------------

¹⁸ Husainni Usman, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), 198

¹⁹ Husaini, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, 197

²⁰ Sugiono, *Metodologi Penelitian kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 183

0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

e. Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini memakai rumus regresi sederhana yang tujuannya guna mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut rumus regresi yang dipakai:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (kepuasan konsumen)

a : Konstanta

X : Variabel bebas (kualias produk)

b : koefisien regresi

e : Error item

f. Uji Hipotesis

Uji t dipakai dalam menguji bagaimana pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ jadi H_0 diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak

g. Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Tujuan Koefisien determinasi (r^2) yakni guna melakukan pengukuran seberapa jauh keahliannya model dalam menjelaskan variabel terikat. Dalam penelitian ini proses menghitung korelasi determinasi dilakukan guna pengukuran sejauh mana keahlian variabel bebas X (kualitas produk) dalam menerangkan variabel terikat Y (kepuasan konsumen). Kriteria pengujian $r^2 = 0$, maknanya Variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika r^2 semakin mendekati 1, bermakna mendekati 100% bermakna variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.²¹

²¹ Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hal. 79.