# BAB III

# METODE PENELITIAN

## A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan judul yang telah disusun oleh penulis yaitu Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Fortune (Studi Kasus di Swalayan Top Pare Kediri), maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah suatu penelitian yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskriptif dengan menggunakan angka dan statistik.[50] Tujuan penelitian kuantitatif yaitu untuk menunjukkan hubungan antar variabel, menguji teori dan mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediktif. Penelitian kuantitatif menjelaskan pula hubungan sebab-akibat antar variabel yang diteliti.[51]

## B. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah di Top swalayan Pare yang beralamatkan di Jl. Letjen Sutoyo No. 60 Pare, Kediri, Jawa Timur.

## C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek, subjek yang mempunyai kuanitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

[50] Ibnu Hajah, *Dasr-Dasar Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan*, (Jakarta: Grafindo Persada, 1996), 30.
[51] Limas Dodi, *Metode Penelitian*, (Yotrgyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 59.

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[52] Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh member konsumen swalayan Top Pare yang pernah membeli produk minyak goreng Fortune yaitu sebanyak 1.243 orang pada tahun 2019.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.[53] Sampel dalam penelitian ini adalah member konsumen swalayan Top Pare yang telah membeli produk minyak goreng Fortune .

Penelitian menganai Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Fortune (Studi Kasus di Swalayan Top Pare Kediri) ini dilaksanakan menggunakan metode *non-probability sampling* dan menggunakan teknik pengembilan sampel yaitu *simple random sampling*, teknik ini dilakukan dengan cara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Menurut Suharsimi Arikunto untuk sekedar ancer-ancer apabila objek kurang dari 100 maka lebih baik diambil semuanya. Sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika subjeknya besar, dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.[54] Mengingat banyaknya populasi serta keterbatasan waktu, biaya dan tenaga. Maka pengambilan sampel dalam penelitian ini tidak dilakukan secara keseluruhan, namun mengambil 10% dari jumlah populasi. Dari seluruh populasi konsumen yang berjumlah 1.243, maka diperoleh sampel sebanyak 124 orang.

---

[52] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 61.
[53] Ibid., 62.
[54] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 118.

## D. Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan data dengan cara menyebar kuesioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.[55]

## E. Sumber Penelitian

Segala data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan sekunder.

1. Data Primer

   Data primer adalah data yang dikumpulkan, diolah serta diterbitkan sendiri oleh organisasi yang menggunakannya. Contoh jenis data ini adalah data kependudukan yang dibuat oleh Biro Pusat Statistik, data pertanian yang dibuat oleh Departemen Pertanian dan sebagainya.

   Data primer dari penelitian ini adalah penyebaran kuesioner kepada responden yaitu konsumen swalayan Top Pare. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan ialah data hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah sebuah alat pengumpulan data yang nantinya data tersebut akan diolah untuk menghasilkan informasi tertentu.[56] Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui

[55]Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 142.
[56] Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), 101.

variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting.[57] Untuk mendapatkan data primer tersebut, peneliti menyebar kuesioner kepada konsumen swalayan Top Pare yang mana kuesioner tersebut membahas mengenai Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Fortune (Studi Kasus di Swalayan Top Pare Kediri).

2. Data Sekunder

Data yang tidak dibuat atau diterbitkan oleh penggunanya, misalnya data tentang jumlah kendaraan dari Departemen Perhubungan merupakan data primer bagi Departemen tersebut karena dibuat dan diterbikannya, tapi merupakan data sekunder bagi PT X sebagai pengguna, yang mendapatkannya dari sumber lain (misalnya media masa) yang mengutipnya.[58]

Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan secara langsung dari swalayan Top Pare yaitu mengenai sejarah, visi misi dan susunan organisasi swalayan Top Pare.

## F. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang

[57] Limas Dodi, *Metode Penelitian*, (Yotrgyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 143.
[58]Kuswadi dan Erna Mutiara, *Delta Delapan Langkah dan Tujuan Alat Statistik Untuk Peningkatan Mutu Berbasis Komputer*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004), 172.

hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.[59] Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu:

1. Variabel Independen

   Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya veriabel dependen.[60] Variabel independent dalam penelitian ini ialah (X) Harga.

2. Variabel Dependen

   Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.[61] Variabel dependent (Y) sebagai variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen.

## G. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat sesuatu yang dapat diamati. Secara tidak langsung definisi operasional itu akan merujuk alat pengambilan data yang cocok digunakan.[62] Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu: variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

1. Harga

   Menurut Kotler dan Amstrong harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah semua nilai yang diberikan

[59] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 38.
[60] Ibid., 39.
[61] Ibid., 39.
[62] Tim Penyelesaian Skripsi, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri*, (Stain, 2016), 72.

oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.[63]

Indikator harga menurut penulis yang merujuk pada pendapat Kotler yaitu:

a. Keterjangkauan harga
b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
c. Kesesuaian harga dengan manfaat
d. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga

2. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapan.[64]

Indikator dari kepuasan konsumen yaitu:

a. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, diantaranya:

1) Produk yang diperoleh apakah sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
2) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh apakah sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

---

[63] Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid Satu*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 345.
[64] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid I Terjemahan Teguh Hendra*, (Jakarta: Prenhalindo, 2002), 246.

3) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi yang diharapkan.

e. Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan transaksi ulang terhadap produk terkait, diantaranya:

1) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
2) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mendapatkan produk.
3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

f. Kesediaan Merekomendasikan

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang dirasakannya kepada orang lain, diantaranya:

1) Menyarankan orang lain untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena pelayanan memuaskan.
2) Menyarankan orang lain untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.[65]

## H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data penelitian sesuai dengan teknik pengumpulan data yang telah dipilih. Dengan kata lain, instrumen penelitian dapat disebut

[65] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 38-39.

dengan alat ukur.[66] Dalam penelitian ini penulis menggunakan instrumen sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

   Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.[67]

   Cara melakukan metode ini ialah dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada konsumen swalayan Top Pare untuk menjawab sejumlah pertanyaan dalam kuesioner yang akan peneliti ajukan. Dalam penelitian ini, kuesioner yang akan digunakan adalah kuesioner harga dan kepuasan konsumen.

2. Dokumentasi

   Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh informasi dari bermacam-macam sumber tertulis. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.[68]

   Dengan metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang:

---

[66] Vigih Hery Kristanto, *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 66.
[67] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 142.
[68] Limas Dodi, *Metode Penelitian*, (Yotrgyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 227.

a. Sejarah berdirinya Top swalayan Pare
b. Visi dan Misi Top swalayan Pare
c. Struktur organisasi Top swalayan Pare.

## I. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.[69]

Dalam analisis data, nantinya peneliti akan menggunakan bantuan progam SPSS versi 26 untuk memperoleh hasil analisis dari data yang telah disampaikan. Langkah-langkah dalam melakukan analisis sebagai berikut:

1. Persiapan

   Mengecek nama dan kelengkapan identitas pengisi. Apa yang dilakukan dalam langkah persiapan ini adalah memilih atau menyortir data sedemikian rupa sehingga hanya data yang terpakai saja yang tinggal. Langkah persiapan bermaksud merapikan data agar bersih, rapi dan tinggal mengadakan pengelolaan lanjutan atau menganalisis.[70]

   Tahap persiapan dalam melakukan analisis dalam penelitian ini yaitu dengan mengecek nama serta identitas dari konsumen Top swalayan Pare yang telah melakukan pengisian kuesioner.

[69] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 147.
[70] Sandu Siyoto, Dasar Metodologi Penelitian, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 118.

2. Memberi Tanda Kode atau *Coding*

Memberi tanda kode terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah dilakukan, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah waktu mengadakan tabulasi dan analisa. Jika pertanyaan terdiri dari beberapa item dan jumlah kuesioner yang banyak serta variabel yang satu dengan yang lainnya memerlukan kode dan tanda-tanda tertentu seperti analisa dengan menggunakan komputer, maka hal pengkodean ini sangat diperlukan.[71]

Dalam penelitian ini, pengkodean dilakukan pada ke dua variabel, yaitu variabel harga dan kepuasan konsumen, dimana:

a. Variabel bebas diberi kode X (Harga)
b. Variabel terikat diberi kode Y (Kepuasan Konsumen)

3. Memberi Skor atau *Scoring*

Pemberian skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Tiap skor pada lembar jawaban kuesioner tiap subjek, tiap skor dari item pertanyaan dari kuesioner ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan). Dalam penelitian ini pemberian skor sebagai berikut:

**Tabel 3.1**
**Skala Likert**

| Jawaban | Skor |
|---|---|
| Untuk jawaban sangat setuju | 5 |
| Untuk jawban setuju | 4 |
| Untuk jawaban ragu-ragu | 3 |
| Untuk jawaban tidak setuju | 2 |
| Untuk jawaban sangat tidak setuju | 1 |

[71] M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), 168.

4. Penyusunan Tabel atau *Tabulating*

Tabulasi adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara diteliti dan diatur sedemikian rupa. Kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang masuk dalam peristiwa.[72]

5. *Processing*

Processing yaitu menghitung dan mengelolah atau menganalisis data dengan statistik.[73] Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan kepada ketetapan dan kecermatan tes dan menjalankan fungsi pengukurannya. Suatu tes dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurannya atau memberikan hasil ukur sesuai dengan tujuan diadakan tes tersebut.[74] Untuk menentukan $r_{hitung}$ dibantu dengan progam SPSS 26 yang dinyatakan dengan nilai *Corrected Total Correction*.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan keadaan suatu instrumen yang menunjukkan hasil pengukuran dari suatu instrumen yang

[72] I Made Wirartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), 262.
[73] M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), 168.
[74] Ety Rochaety, Ratih Tresnati dan Abdul Majid Latief, *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), 57.

menunjukkan hasil pengukuran dari suatu instrumen yang tidak mengandung bias atau bebas dari kesalahan pengukuran (*error free*). Sehingga menjamin suatu pengukuran yang konsisten dan stabil (tidak berubah) dalam kurun waktu dan berbagai item atau titik (point) dalam instrument.[75] Menghitung tingkat realibilitas yaitu dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Digunakan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data yang didapatkan mengikuti atau mendekati hukum sebaran normal baku dari Gauss. Distribusi data yang normal jika digambarkan dengan grafik poligon akan menyerupai bentuk bel, lonceng atau genta.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskeddastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas.

[75] Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis Pendekatan Filosofis dan Praktis*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), 106.

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode *t* dengan kesalahan pada periode t sebelumnya pada model regresi linier yang dipergunakan. Dalam model regresi yang baik adalah tidak terjadi autokorelasi.[76]

d. Analisis Regresi Linear Sederhana

Rumus regresi linear sederhana digunakan dengan tujuan untuk mengetahui besarnya variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Model persamaan analisis regresi dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel terikat (keputusan pembelian)

$a =$ nilai konstanta

$X$ = variabel bebas (harga)

$b =$ koefisien regresi

e. Analisis Korelasi (r)

Korelasi (*Person Product Moment*) adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data terbentuk interveal dan rasio.[77] Untuk dapat memberikan

[76] Muhammad Nisfiannoor, *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 92.
[77] Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.

penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut maka kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

**Tabel 3.2**
**Pedoman Intepretasi Koefisien Korelasi**

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

f. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk menguji 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 ($r^2$)

Koefisien determinasi ($r^2$) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas X (harga) dalam menjelaskan variabel terikat Y (keputusan pembelian). Kriteria pengujian $r^2 = 0$, artinya Variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh

terhadap variabel terikat. Jika $r^2$ semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.[78]

[78] Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.