

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian (*research*) merupakan rangkaian kegiatan ilmiah dalam rangka pemecahan suatu permasalahan. Fungsi penelitian adalah mencari penjelasan dan jawaban terhadap permasalahan serta memberikan alternatif bagi kemungkinan yang dapat digunakan untuk pemecahan masalah.³⁵

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.³⁶ Jenis penelitian ini adalah penelitian regresi, dimana peneliti berusaha menghubungkan suatu variabel dengan variabel lain untuk memahami suatu fenomena dengan cara menentukan tingkat atau derajat pengaruh diantara variabel-variabel tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya pengaruh antara dua variabel mengenai kualitas produk Sari Roti yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan produk Sari Roti.

B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini adalah Indomaret RA Kartini Tanjunganom. Indomaret tersebut berlokasi di jalan RA Kartini kelurahan Warujayeng kecamatan Tanjunganom kabupaten Nganjuk dengan kode pos 64482.

³⁵ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 5.

³⁶ Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian*, (Malang: UIN Malang Pers, 2008), 149.

Peneliti memilih Indomaret RA Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk karena dari lima gerai Indomaret yang ada di kecamatan Tanjunganom hanya di Indomaret RA Kartini yang memiliki grup WhatsApp yang dikhususkan untuk para konsumennya.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁷ Populasi bisa dikatakan dengan keseluruhan objek penelitian. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan produk Sari Roti yang tergabung dalam grup Whatsapp dan yang puas yakni sejumlah 45 pelanggan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian sebagian atau keseluruhan populasi yang dapat merepresentasikan populasi secara menyeluruh.³⁸ Menurut Arikunto, jika subjek dari populasi kurang dari 100, maka dapat diambil semua. Akan tetapi apabila jumlah subyek lebih dari 100 orang maka dapat diambil antara 10%-15%, atau 20%-25%.³⁹ Jadi sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel total yakni jumlah seluruh pelanggan produk Sari Roti di Indomaret RA Kartini Tanjunganom kabupaten

³⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 148.

³⁸ Ibid, 63.

³⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 108.

Nganjuk yang tergabung di grup Whatsapp dan yang puas berjumlah 45 pelanggan.

D. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu sifat dapat memiliki bermacam-macam nilai, atau sering kali diartikan sebagai symbol yang padanya kita dapat meletakkan bilangan atau nilai.⁴⁰ Variabel-variabel yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (Independent Variable) atau variabel X adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.

Variabel bebas yang diteliti yaitu kualitas Produk (X)

2. Variabel Terikat (Dependent Variable) atau Y adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Umumnya merupakan kondisi yang ingin kita ungkap dan jelaskan.⁴¹

Variabel terikat yang diteliti yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan pengukuran variabel-variabel tersebut. Definisi operasional memungkinkan sebuah konsep bersifat abstrak dijadikan suatu operasional sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengukuran.⁴² Pada intinya definisi

⁴⁰ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 60.

⁴¹ Ibid., 39.

⁴² Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 27.

operasional akan mengartikan suatu variabel secara rinci mengenai hal yang harus dikerjakan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut. Variabel yang diuji dalam penelitian ini ada dua variabel, yang terdiri dari variabel bebas yaitu kualitas produk (X) dan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y).

1. Variabel bebas (*variable independent*)

Menurut Kotler, kualitas produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁴³ Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diidentifikasi indikator pada variabel kualitas produk sebagai berikut:

Tabel 3.1
Indikator Kualitas Produk (X)

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Kualitas Produk (X)	1. Kinerja (<i>Performance</i>)	Karakteristik hasil dari kualitas/mutu produk.
	2. Ciri / Keistimewaan (<i>Feature</i>)	Karakteristik pelengkap dari produk.
	3. Keandalan (<i>Realibility</i>)	Kemungkinan kecil akan mengalami kegagalan dalam produk.
	4. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance</i>)	Karakteristik desain memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan.
	5. Persepsi terhadap kualitas (<i>Perceived quality</i>)	Citra dan reputasi produk.

Sumber: Indikator kualitas produk menurut Fandy Tjiptono oleh Dessica Dinar Sari (2016)

⁴³ Philip Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (Yogyakarta: ANDI, 2000), 70.

2. Variabel terikat (*variable dependent*)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.⁴⁴ Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diidentifikasi indikator pada variabel kepuasan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2

Indikator Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Kepuasan Konsumen (Y)	Kesetiaan pelanggan	Memakai kembali dan merefrensikan kepada orang lain
	Keluhan (Komplain)	Tanggapan yang disebabkan oleh tidakpuasan yang dirasakan seseorang
	Partisipasi	Keterlibatan mental dan emosi

Sumber: Indikator kualitas produk menurut Philip Kotler oleh Tri Ulfa Wardani (2016).

F. Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer menurut Carl Mc Daniel dan Rogers adalah data survey, pengamatan, atau eksperimen yang dikumpulkan untuk memecahkan masalah tertentu yang diselidiki.⁴⁵ Data primer berasal dari kuisioner yang telah disebar peneliti.

⁴⁴ Philip, Kotler dan K.L Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, (Jakarta: Erlangga, 2008),139.

⁴⁵ Carl Mc Daniel dan Rogers Gates, *Riset Pemasaran Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 81.

Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁴⁶ Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga penelitian maupun laporan-laporan, buku-buku, media internet dan dokumentasi yang relevan dengan penelitian.

Data primer dalam penelitian ini berupa data yang diperoleh secara langsung dari responden dalam penelitian ini melalui kuisisioner yang disebar kepada pelanggan berkaitan dengan variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan dan data sekunder dari Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kemudian mengolahnya.

G. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara untuk mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip dan atau juga termasuk buku-buku tentang pendapat, teori, hukum dan lain-lain.⁴⁷ Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai jumlah pelanggan serta penjualan pada Indomaret RA. Kartini Tanjunganom, sejarah Indomaret RA. Kartini Tanjunganom dan segala hal yang terkait dengan produk Sari Roti.

2. Metode Observasi

⁴⁶ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: UPFE UMY, 2003), 61.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009, Cet. ke 8), 128.

Metode Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung.⁴⁸ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk. Teknik pengumpulan data observasi digunakan untuk memperoleh data proses jalannya pengisian angket.

3. Metode Angket

Metode angket dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang akan dijawab responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁴⁹ Adapun angket ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk Sari Roti terhadap kepuasan pelanggan Sari Roti di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk.

Dalam penelitian ini akan menggunakan daftar pertanyaan (angket) yang berhubungan dengan kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Metode angket diberikan kepada responden secara langsung maupun menggunakan aplikasi google form.

4. Metode wawancara

⁴⁸ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 58

⁴⁹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan bisnis*, (yogyakarta: UII Press, 2005), 127.

Wawancara digunakan sebagai tehnik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.⁵⁰

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sesuatu yang terpenting dan strategis kedudukannya di dalam keseluruhan kegiatan penelitian. Selain itu juga merupakan alat bantu peneliti dalam mengumpulkan data.⁵¹ Alat bantu untuk instrument penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pedoman Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan-catatan, buku-buku, surat kabar, majalah, internet, dan lain-lain yang berkaitan dengan seluk beluk suatu objek. Data Indomaret dan pelanggan yang diperoleh dari karyawan Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk.

2. Pedoman Observasi

Alat bantu yang digunakan peneliti ketika mengumpulkan data melalui pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang diselidiki yaitu berupa kertas dan buku serta alat tulis.

3. Pedoman Angket

Angket merupakan suatu lembaran yang berupa pertanyaan yang dijawab oleh responden, dengan memberikan tanda silang pada jawaban

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 142

⁵¹ Ridwan, *Skala Pengukuran Variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 32.

yang dipilih. Alat ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini akan menggunakan daftar pertanyaan (angket) yang berhubungan dengan kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

4. Pedoman Wawancara

Wawancara merupakan alat bantu yang digunakan untuk melakukan studi pendahuluan dan mendalami masalah-masalah sebelum penelitian dilakukan.

I. Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan semuanya kepada orang lain.⁵² Analisis data dilakukan apabila data-data yang diperlukan telah terkumpul dan selanjutnya data tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan yang obyektif dan logis.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka peneliti menggunakan analisis *korelasi product moment* dan analisis regresi dengan menggunakan bantuan program *Statistical for Product and Service Solution (SPSS)* versi 21.0. Setelah data terkumpul adapun langkah-langkah yang harus dilakukan dalam mengolah data, yaitu:⁵³

1. *Editing* (membersihkan diri)

Data yang masuk (*raw data*) perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam pengisiannya, barangkali ada yang tidak lengkap, palsu,

⁵² Ahmad Tanzeh, *Pengantar*, 103.

⁵³ Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 2006), 81.

tidak sesuai, dan sebagainya. Pekerjaan mengkoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut editing. Jawaban yang didapat dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan responden itu benar, apakah semua jawaban sudah dijawabnya, apakah sudah benar dan sesuai dengan keadaan dan lain-lain.

2. *Coding* dan *categorizing*

Proses berikutnya adalah *coding*, yaitu pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.

Sedangkan kategori adalah penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan kedalam kategori variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini *coding* dan *categorizing* adalah sebagai berikut:

- a. Untuk variabel pertama, yaitu Kualitas Produk (X)
- b. Untuk variabel kedua, yaitu Kepuasan Pelanggan (Y)

3. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat option (pilihan).

Penentuan skor adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Sesuai (SS) bobot nilai : 5
- b. Sesuai (S) bobot nilai :4
- c. Netral (N) bobot nilai : 3

d. Tidak Sesuai (TS) bobot nilai : 2

e. Sangat Tidak Sesuai (STS) bobot nilai : 1

4. *Tabulating* (tabulasi)

Tabulasi adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban – jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang masuk dalam peristiwa.

J. Deskripsi Data

Tahap yang digunakan dalam deskripsi data pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan analisis korelasi product moment dengan bantuan aplikasi SPSS 21.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 21. Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁵⁴

⁵⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

- 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

3. Analisis deskriptif

Data yang diperoleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat Kualitas Produk dan tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap produk Sari Roti.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara faktor pengganggu yang satu dengan yang lain. Tes Durbin Watson dapat digunakan untuk menguji ada tidaknya autokorelasi. Metode Durbin Watson merupakan metode yang banyak digunakan untuk mendeteksi masalah autokorelasi. Kriteria pengujian Durbin Watson menurut Imam Gunawan ditampilkan pada tabel berikut:⁵⁵

⁵⁵ Imam Gunawan, *Pengantar STATISTIK INFERENSIAL*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 101.

Tabel 3.3

Tabel Durbin Watson

Durbin Watson	Simpulan
<1,10	Ada Autokorelasi
1,10 s.d 1.54	Tanpa Simpulan
1,55 s.d 2,46	Tidak ada autokorelasi
2,46 s.d 2,90	Tanpa simpulan
>2,91	Ada autokorelasi

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas. Yaitu terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan yang lain.⁵⁶

Cara untuk memprediksi ada tidaknya Heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi Heterokedastisitas jika:

- a. Titik-titik data menyebar diatas, dibawah atau disekitas 0
- b. Titik-titik data mengumpul hanya diatas atau dibawah saja
- c. Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- d. Penyebaran titik-titik data tidak terpola.

5. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, variable terikat dan variable bebas mempunyai distribusi yang normal

⁵⁶ Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

atau tidak. Normalitas dapat dilihat pada grafik *Norma Probability Plot* dengan bantuan SPSS 21. Model regresi yang baik seharusnya distribusi residunya normal atau mendekati normal.

K. Uji Korelasi

Analisis korelasi menggunakan teknik *Person Product Moment* untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variable bebas (X) dengan variable terikat (Y) dan data terbentuk interval dan rasio. Langkah-langkah untuk menentukan nilai korelasi (r) adalah sebagai berikut:

1. Membuat tabel penolong
2. Menghitung nilai r

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

Keterangan:

r : Korelasi PPM

n : Jumlah sampel

x : Variabel bebas (kualitas produk)

y : Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)⁵⁷

⁵⁷ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: Bumi Aksara , 2006), 197.

Tabel 3.4

Interpretasi nilai r Product Moment

Besarnya “r” Product Moment	Interpretasi
0,00 – 0,20	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh, tetapi sangat lemah sekali sehingga korelasi ini diabaikan dan dianggap tidak ada korelasinya
0,20 – 0,40	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang lemah atau rendah
0,40 – 0,70	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang sedang atau cukup
0,70 – 0,90	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang tinggi
0,90 – 1,00	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang sangat tinggi.

L. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variable bebas terhadap variable terikat. Sehingga analisis regresi merupakan suatu prosedur yang sangat kuat dan fleksibel untuk menganalisis hubungan asosiatif antara sebuah variabel matrik tidak bebas dengan satu atau lebih variabel bebas.⁵⁸

Berikut rumus regresi yang digunakan: $Y = a + Bx$

Y = Variabel terikat (kepuasan konsumen)

a = Konstanta

x = Variabel bebas (kualitas produk)

B = Koefisien regresi

⁵⁸ Soegyarto Mangkuatmojo, *Statistik Lanjutan*, (Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2004), 189-190.

M. Uji Hipotesis

Uji t pada dasarnya digunakan untuk menguji atau melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individual.

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

$t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak.⁵⁹

N. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variable terikat.⁶⁰ Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variable X (Kualitas Produk) dalam menjelaskan variable terikat Y (Kepuasan Pelanggan). Kriteria pengujian $R^2=0$, artinya variable bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variable terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1 yang berarti 100% artinya variable bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.

⁵⁹ Damondar Gujarati, *Dasar-Dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 62.

⁶⁰ Dwi Prianto, *Mandiri Belajar....*, 79.