

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Banyak ilmuwan menggunakan metode kuantitatif dalam penelitian ini. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang analisisnya pada dasarnya didasarkan pada analisis statistik.²⁹ Dalam penelitian kuantitatif, ini berarti menghitung karakter ketika mereka digunakan sebagai objek. Pengumpulan informasi dilakukan dengan menyebarkan catatan masalah terstruktur (kuesioner) yang dimunculkan berdasarkan pengukuran elastisitas terbimbing dan setelah memperoleh informasi kuantitatif..

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian Kausalitas adalah penelitian yang berisi tentang hubungan yang itu penyebab dan sebagai hasilnya dapat melihat variabel mana yang sedang dipindahkan dan mana yang sedang dipindahkan.³⁰

B. Definisi Operasional Variabel

Makna operasional suatu variabel adalah makna yang diserahkan kepada variabel dengan memberi makna atau memutuskan semua kegiatan atau menyediakan operasi yang diperlukan untuk variabel itu..³¹ Adapun definisi variabel dalam penelitian ini yaitu :

²⁹ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta,2012), 37

³⁰ Ibid., 46

³¹ Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor : Ghalia Indonesia,2014),110

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas atau *independent* dalam sebuah penelitian adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Kualitas Produk. Kualitas Produk adalah seberapa baik tingkat kualitas yang diberikan mampu dan sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Tabel 3.1
Indikator Variabel Kualitas Produk

Varibel	Indikator	Deskripsi Indikator
Kualitas Produk	Estetika (<i>estheatica</i>)	a. Produk sepatu Denyu <i>Shoes</i> diproduksi dengan berbagai model mengikuti <i>trend</i> .
	Kinerja (<i>performance</i>)	b. Produk sepatu Denyu <i>Shoes</i> memberikan hasil dari penggunaan produk seperti yang diinginkan.
	Kesesuaian (<i>conformance</i>)	c. Produk sepatu Denyu <i>Shoes</i> disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.
	Daya tahan (<i>durability</i>)	d. Produk sepatu Denyu <i>Shoes</i> menjamin garansi sehingga keawetan serta daya tahan produk terjamin.
	Kualitas yang dipersepsikan (<i>perceived quality</i>)	e. Produk sepatu Denyu <i>Shoes</i> menggunakan bahan-bahan yang berkualitas.

Sumber : Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andi Ofset, Edisi Keempat, 2015)

2. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat atau *dependent* yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent*. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 3.2
Indikator *Independent* Kepuasan Konsumen

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikator
Kepuasan Konsumen	Kesesuaian harapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang disediakan sesuai dengan permintaan konsumen 2. Bahan baku yang digunakan sesuai dengan harapan. 3. Saya merasa tepat memilih sepatu kulit ditempat ini 4. Proses produksi sepatu dikerjakan dengan cepat 5. Secara visual packging menarik
	Minat berkunjung kembali	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berminat untuk kembali karena produk yang diberikan sebelumnya sesuai yang diharapkan 2. Berminat berkunjung kembali karena produk yang diberikan sebelumnya sesuai dengan kebutuhan. 3. Berminat berkunjung kemabali karena memiliki daya tahan yang lama 4. Berminat berkunjung kembali karena menyediakan berbagai variasi model sepatu
	Kesediaan merekomendasikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merekomendasikan toko sepatu Denyu <i>shoes</i> ini kepada teman karena produk sesuai dengan permintaan 2. Merekomendasikan toko sepatu Denyu <i>shoes</i> ini kepada teman karena bahan baku yang digunakan bahan yang berkualitas. 3. Merekomendasikan toko

		<p>sepatu Denyu <i>shoes</i> ini kepada teman karena terdapat jaminan garansi.</p> <p>4. rumah makan ini kepada teman karena menyediakan berbagai variasi model sepatu</p> <p>5. Saya berniat mengatakan hal yang baik, ketika berbicara dengan orang lain tentang toko sepatu Denyu <i>shoes</i> ini</p>
--	--	---

Sumber : Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi. 2. (Yogyakarta: Andi)

C. Lokasi penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi penelitian di Toko Sepatu Denyu *Shoes*. Toko Sepatu Denyu *Shoes* beralamat di Jalan Balowerti V No. 41 Kelurahan Balowerti, Kecamatan Kota, Kediri.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Satu populasi merupakan titik penelitian. Populasi sendiri merupakan dasar informasi dari sebagian besar penelitian yang mencakup jumlah dan wilayah yang luas. Populasi juga dapat didefinisikan sebagai kumpulan dari semua kemungkinan orang, entitas, atau dimensi.³² Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah konsumen yang melakukan pemesanan berulang di Toko Sepatu Denyu *Shoes* dengan jumlah 137 pelanggan.

³²Zuraidah, *Statistika Diskriptif* (Kediri : Stain Kediri Press, 2011) 26

2. Sampel

Sampel menunjukkan bagian terkecil dari jumlah dan sifat populasi.³³ Jika populasinya besar dan ilmuwan mungkin tidak didedikasikan untuk semua orang dalam populasi itu. Untuk alasan ini, para ilmuwan dapat menggunakan ilustrasi yang diperoleh tentang populasi untuk menjadikannya sangat besar (representatif). Metode pengumpulan ilustrasi dapat digunakan untuk memberikan ilustrasi dalam penelitian.

Dalam studi ini, jumlah pelanggan yang memesan lebih dari satu kali adalah sama 97 orang, oleh karena itu pada penelitian ini, teknik yang digunakan adalah nonprobability sampling dari sampel jenuh, sehingga menjadikan pemesan yang melakukan pemesanan lebih dari satu kali menjadi Objek Penelitian.

E. Sumber Data

Basis informasi adalah entitas dari mana informasi tersebut diperoleh. Adapun basis pengumpulannya, informasi dapat dipecah menjadi informasi utama dan informasi latar belakang. Informasi anomali adalah informasi yang diperoleh atau dihubungkan langsung di lapangan oleh para ilmuwan.³⁴ Data primer pada penelitian ini yaitu berasal dari kuisioner yang telah disebar, sehingga peneliti berhubungan secara langsung pada subjek dan obyek penelitian.

³³ Arikanto, *Prosedur penelitian*, (Jakarta : Rajawali,2002), 117

³⁴ Misbahudin dan Iqbal, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2013),21

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang di butuhkan peneliti untuk mendukung penelitiannya.¹⁸ Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.³⁵ Sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkapkan data dari karyawan Toko Sepatu Denyu *Shoes* Kediri. Data sekunder pada penelitian ini berupa sejarah berdirinya, visi dan misi, fasilitas yang ditawarkan dan sebagainya yang menunjang keabsahan data.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah prosedur kuesioner. Prosedur survei adalah prosedur pengumpulan informasi dengan menyampaikan masalah atau rekaman pernyataan kepada responden yang diminta menjawab.³⁶ Dalam penelitian ini angket (kuisisioner) diberikan pada konsumen Toko Sepatu Denyu *Shoes*.

Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan karena peneliti dalam penelitian ini menggunakan angket. Agar peralatan eksperimental berfungsi secara efektif, persyaratan disiplin dan keterampilan harus diperiksa dengan cermat..³⁷ Jumlah instrument penelitian ini tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti. Pada penelitian ini peneliti menggunakan instrumen berupa kuisisioner, yaitu berupa lembaran pertanyaan atau pernyataan yang wajib dijawab

³⁵ Misbahuddin dan Hasan, *Analisis*,21

³⁶ Sugiyono, *Metedologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta.2013),142

³⁷ W. Gulo, *Metedologi Penelitian* (Jakarta : Grafindo,2000) hlm 123

responden. Angket tersebut selaku perlengkapan yang dipakai guna mengenali akibat mutu komoditas kepada kebahagiaan pelanggan.

G. Analisis Data

Metode ini yang digunakan setelah data diperoleh, terkumpul, dan tersusun secara obyektif dengan analisis melalui statistik untuk menguji hipotesis. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. *Editing* (membersihkan data)

Sebelum diolah, informasi survei tentang responden harus dibaca dan dikoreksi jika tidak akurat atau diragukan. Tugasnya adalah untuk mengkonfirmasi informasi dan menghilangkan keraguan atas informasi yang diungkapkan oleh kantor redaksi (*Editing*).³⁸ Tujuannya untuk memeriksa kembali jawaban dari responden karena tidak semua jawaban yang di isi responden itu benar.

2. *Coding* dan *Categorizing* (mengodekan dan pengkategorian)

Data yang dikumpulkan data berupa angka, kalimat pendek, untuk memudahkan analisis, maka jawaban tersebut perlu diberi kode dan pengkategorian. Kode adalah informasi bahwa data tersebut akan dianalisis membuat bentuk angka atau huruf. Sedangkan pengkategorian adalah mengolongkan data di daftar pertanyaan atau pernyataan dalam variabel masing-masing. Pada penelitian ini yang variabel-variabel yang terkait sebagai berikut:

a. Variabel pertama yaitu Kualitas Produk (X)

³⁸Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 304-305

b. Variabel kedua yaitu Kepuasan Konsumen (Y)

3. *Scoring*

Scoring adalah pemberian skor pada lembar jawaban angket tiap subyek pada tiap pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat pilihan sebagai berikut:

- a. Jawaban Sangat Baik : skor 5
- b. Jawaban Baik : skor 4
- c. Jawaban Cukup Baik : skor 3
- d. Jawaban Tidak Baik : skor 2
- e. Jawaban Sangat Tidak Baik : skor 1

4. *Tabulasi* (Penyusunan tabel)

Tabulasi adalah pembuatan tabel berisikan data yang telah diberikan kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban yang sama dari angket dikelompokkan dengan teratur dan teliti setelah itu dihitung dan dijumlahkan seberapa banyak item yang termasuk dalam satu kategori.

5. *Processing*

Pemrosesan adalah cara berbagi, memasak, dan menganalisis informasi menggunakan statistik. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS 25 (Pemecahan Masalah Statistik Barang dan Jasa) melalui analisis statistik. Prosedur ini melibatkan analisis informasi gabungan untuk mendapatkan informasi yang obyektif melalui analisis statistik untuk melihat apakah ada, atau sejauh mana, kualitas barang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah hasilnya benar atau tidak. Pada pengujian ini n adalah banyaknya sampel pada uji validasi, jika r hitung $>$ r tabel, maka soal atau indeks dianggap valid. Satu sama lain.³⁹ Metode hubungan momen produk Pearson digunakan untuk menentukan apakah suatu item benar atau tidak:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson product moment*

x = Skor setiap pertanyaan atau item

y = Skor total

n = Jumlah responden

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ketepatan atau tingkat presisi suatu pengukuran atau alat ukur.⁴⁰ Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika alat tersebut digunakan beberapa kali untuk menghitung entitas

³⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1999), 135.

⁴⁰ Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 117

yang serupa sehingga ingin berbagi informasi yang serupa..⁴¹

Pengujian reabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien

Croanbach Alpha

Uji Reliabilitas Menggunakan *Alpha Cronbach's* Diukur Berdasarkan Skala *Alpha Cronbach's* Yaitu 0 - 1. Ukuran Kemantapan Alpha Dapat Diinterpretasikan Sebagai Berikut :

- a) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 - 0,2 Berarti Kurang Realibel
- b) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21 - 0,4 Berarti Agak Realible
- c) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 - 0,6 Berarti Cukup Reliabel
- d) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61 - 0,8 Berarti Reliabel
- e) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 - 1 Berarti Sangat Reliabel⁴²

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Eksperimen normalitas memeriksa bahwa variabel dependen serta variabel independen didistribusikan secara adil sebagai regresi. Bentuk regresi yang baik memiliki distribusi yang adil atau hampir adil. Jika asumsi ini dilanggar, eksperimen statistik menjadi tidak berguna untuk ilustrasi kecil.⁴³ Dasar penentuan bentuk normalitas adalah apakah informasinya diagonal dan diagonal sehingga bentuk regresi memenuhi asumsi normalitas. Penyajian informasi dalam distribusi yang merata dapat dilakukan dengan

⁴¹Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 202

⁴²Eko Sujianto, *Aplikasi Statistika dengan SPSS 16,0* (Jakaerta : Prestasi Pustakarya,2009),97

⁴³Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011),160

berbagai metode, metode lain, melihat ukuran kemiringan lereng atau ukuran kurtosis. Untuk mendistribusikan informasi secara adil, kemiringannya adalah 0 (nol)⁴⁴ ataupun memiliki nilai = 3 untuk nilai kurtosisnya.⁴⁵

2) Uji Heteroskedastisitas

Eksperimen dengan heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada perbedaan regresi pada versi lain dari monitor. Regresi yang bersifat triggering terjadi apabila terdapat kesepakatan antara varians pengamatan lain, yang selalu bersifat heteroskedastis atau disebut heteroskedastis. Dalam penelitian ini penentuan heteroskedastisitas informasi didasarkan pada jalur distraksi. Dasar dari himpunan pengujian adalah percobaan heteroskedastisitas pada jalur dispersi:

- a) Apabila terdapat pola pada alur difus yaitu jenis titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, mengembang kemudian berkontraksi) hingga terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang benar dan titik-titiknya bergantian, tidak ada heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Percobaan autokorelasi memeriksa apakah bentuk regresi memiliki hubungan antara selang waktu t dan takik pertama ($t-1$). Ketika ada hubungan, masalah autokorelasi teridentifikasi. Tanda-

⁴⁴ Zuraidah, *Statistik Deskriptif*, (Kediri: STAIN Press, 2012), 244

⁴⁵Ibid, 250.

tanda autokorelasi membuat hasil regresi tidak efektif karena estimasi varian atau kesalahan pada strt tidak membuat pengujian yang relevan menjadi tidak akurat, tetapi hasil regresi selalu tidak mungkin. Penentuan keberadaan autokorelasi dalam penelitian ini dengan metode Durbin-Watson. Seperti biasa, langkah selanjutnya adalah standar yang memastikan autokorelasi:

- a) Jika DW kurang dari dl atau lebih besar dari (4 dl) hingga H0 dihilangkan, ini menunjukkan autokorelasi.
- b) Jika DW berada di antara du dan (4) hingga mencapai H0, maka tidak ada autokorelasi.
- c) Jika DW berada di antara dl dan du atau antara (4- dl) dan (4- dl), ini bukan kesimpulan akhir..

4) Analisis Regresi Linier Sederhana

Metode analisis regresi digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, seperti metode:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a dan b = Konstanta

Langkah membuat persamaan regresi linier sederhana:

- a) Membuat tabel penolong

b) Mencari nilai konstanta a dan konstanta b

Rumus:⁴⁶

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

c) Membuat persamaan regresi dengan rumus :

$$Y = a + bx$$

5) Analisis Korelasi sederhana

Analisis hubungan momen produk Pearson bertujuan untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel elastis kualitas produk (X) melalui variabel kepuasan pelanggan (Y), dan informasi tersebut menciptakan jeda dan perbandingan. Analisis relasi (dependency) merupakan suatu bentuk analisis yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan atau arah hubungan antara 2 variabel atau lebih dan besarnya konsekuensi satu variabel (variabel fleksibel) terhadap variabel lain (variabel dependen).⁴⁷

Rumus untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebagai berikut:⁴⁸

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

⁴⁶Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 66

⁴⁷Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 187.

⁴⁸Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, 136.

keterangan :

n = Banyaknya Pasangan data X dan Y

x = Variabel X (Kualitas Produk)

y = Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

6) Uji t

Lazimnya, dimanfaatkan untuk memastikan ada atau tidaknya pengaruh antar variabelnya.⁴⁹ Uji -t mengkaji pengaruh antar variabel terkait. Penting artinya bahwa efek yang bisa legal bagi populasi penelitian (digeneralisasikan). Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

a) Menentukan hipotesis

Ho : Kualitas Produk secara signifikan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Ha : Kualitas Produk secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

b) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran strt yang sering digunakan dalam penelitian).

c) Menentukan t hitung

$$t \text{ hitung} = \frac{b}{Sb}$$

Dimana:

⁴⁹ Danang Sunyoto, *Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi* (Yogyakarta: Alfabeta, 2012), 62

b = koefisien regresi

s_b = strt error of regression.⁵⁰

d) T_{tabel} terdistribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (diuji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $36-1-1=34$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel *independent*).

e) Kriteria pengujian

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

$t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} \leq -t_{\text{tabel}}$ jadi H_0 ditolak⁵¹

7) Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui kesesuaian data dengan model regresi. Langkah-langkah pengujian:

a) Menentukan hipotesis nihil dan alternative

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen .

$H_0 : \beta \neq 0$, artinya variabel Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen .

b) *Lefel of significant* $\alpha = 0,05$

Derajat kebebasan (dk1) : $k-1$ dan derajat kebebasan (dk2) : $n-k$

Derajat kebebasan (dk) : $n-k$

F tabel = $\alpha = 0,05$; (dk1) ; (dk2)

c) Kriteria dan aturan pengujian

H_0 diterima apabila $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$

⁵⁰Ibid, 64

⁵¹ Wiratna Sujarweni, *Panduan Mudah Menggunakan SPSS & Contoh Penelitian Bidang Ekonomi*, 67

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

d) Kesimpulan

Membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka dapat ditentukan apakah H_0 diterima atau ditolak.⁵²

8) Koefisien Determinasi

Faktor kepercayaan adalah kuadrat dari faktor dependensi (r^2) yang terkait dengan variabel independen dan dependen. Faktor kepercayaan umumnya analisis regresi digunakan sebagai penentuan untuk memastikan pengaruh antar variabelnya.

Faktor kepercayaan bertujuan untuk menghitung sejauh mana pengetahuan tentang bentuk digunakan untuk mendeskripsikan variabel.⁵³ Dalam penelitian ini perhitungan faktor kepercayaan menghitung keahlian variabel bebas X (kualitas produk) dalam perhitungan variabel terikat Y (Kepuasan Konsumen).

$$\text{Rumus: } KD = r^2 \times 100\%$$

⁵² Damondar Gujarati, *Dasar-dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 193

⁵³ Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, 79