

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN**

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen Toko Roti dan Kue Soes Merdeka Bandung. Objek yang menjadi variabel bebas (*variabel independent*) yaitu kualitas produk (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3), kemudian variabel terikat (*variabel dependent*) yaitu kepuasan konsumen Toko Roti dan Kue Soes Merdeka Bandung.

Sedangkan subjek penelitian adalah para pengunjung Toko Roti dan Kue Soes Merdeka. Dari kedua variabel tersebut (*variabel dependent* dan *variabel independent*), maka akan diteliti mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Toko Roti dan Kue Soes Merdeka Bandung terletak di Jl. Merdeka No. 25 – 29 Bandung. PO.BOX 40117. Tel. +62 (22) – 423 55 34.

#### **3.2 METODE PENELITIAN**

Metodologi berasal dari kata “metode” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, dan “Logos” yang artinya ilmu pengetahuan. Sedangkan penelitian menurut Parsons (dalam M. Nazir, 2005:13) adalah pencarian atas sesuatu secara sistematis dengan penekanan bahwa pencarian ini dilakukan terhadap masalah-masalah yang dapat dipecahkan.

Jadi yang dimaksud dengan metodologi penelitian adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang membicarakan/mempersoalkan mengenai cara-cara melaksanakan penelitian (yaitu meliputi kegiatan-kegiatan mencari, mencatat, merumuskan, menganalisis sampai menyusun laporannya) berdasarkan fakta-fakta atau gejala-gejala secara ilmiah.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analisis yaitu metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian pada saat penelitian dilakukan, peneliti tidak hanya memberikan gambaran terhadap fenomena-fenomena saja, tetapi juga menerangkan hubungan, menguji hipotesis-hipotesis, membuat prediksi serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan.

### **3.3 OPERASIONAL VARIABEL**

Variable yang diteliti dalam penelitian ini meliputi tiga variable independent (X) yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan, sedangkan variable dependent (Y) yaitu kepuasan konsumen. Variabel-variabel tersebut digambarkan sebagai berikut:

Variabel / Sub Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Teknik Analisis Data
<b>Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)</b>	Menurut Kotler dan Amstrong Kualitas Produk adalah “ <i>The ability of a product to perform it’s functions</i> ”, yang berarti bahwa kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya.	Jumlah skor skala perbedaan semantik 5 poin tentang persepsi konsumen terhadap kualitas produk: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Rasa</li> <li>– Daya tahan</li> <li>– Daya tarik</li> <li>– Aroma</li> </ul>	Data yang diperoleh dari konsumen mengenai: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kelezatan rasa dari produk</li> <li>– Daya tahan (kemampuan produk bertahan)</li> <li>– Daya tarik produk (kemenarikan produk yang dihasilkan)</li> <li>– Aroma yang dihasilkan produk</li> </ul>	Ordinal
<b>Harga (X<sub>2</sub>)</b>	Harga menurut Tjiptono (2005:151) yaitu “... <i>harga juga merupakan indikator nilai, karena berhubungan dengan manfaat langsung yang dirasakan oleh konsumen</i> ”.	Jumlah skor skala perbedaan semantik 5 poin tentang persepsi konsumen terhadap harga: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kesesuaian harga dengan kualitas</li> <li>– Kesesuaian harga dengan ukuran</li> <li>– Tingkatan harga</li> </ul>	Data yang diperoleh dari konsumen mengenai: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk</li> <li>– Harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan ukuran produk</li> <li>– Tingkat harga yang ditawarkan relatif murah atau mahal</li> </ul>	Ordinal
<b>Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>)</b>	Lewis dan Booms 1983 (dalam Fandy Tjiptono, 2005:121) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan, mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.	Jumlah skor skala perbedaan semantik 5 poin tentang persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Keramahan</li> <li>– Daya tanggap</li> <li>– Jaminan</li> <li>– Pengetahuan</li> <li>– Kepedulian</li> <li>– Kecepatan</li> </ul>	Data yang diperoleh dari konsumen mengenai: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Keramahan yang diberikan karyawan terhadap pelanggan</li> <li>– Daya tanggap yang dimiliki karyawan dalam melayani pelanggan</li> <li>– Pengetahuan yang dimiliki karyawan terhadap produk</li> <li>– Perhatian dan kepedulian yang ditunjukkan karyawan secara personal kepada pelanggan</li> <li>– Kecepatan yang dimiliki karyawan dalam melayani pelanggan</li> </ul>	Ordinal

<p><b>Kepuasan konsumen (Y)</b></p>	<p>Kotler (dalam Tjiptono, 2006) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.</p>	<p>Jumlah skor skala perbedaan semantik 5 poin tentang persepsi konsumen terhadap kepuasan konsumen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Karakteristik Produk</li> <li>- Harga</li> <li>- Kualitas Pelayanan</li> <li>- Rasa Bangga</li> <li>- Fasilitas</li> <li>- Suasana</li> </ul>	<p>Data yang diperoleh dari konsumen mengenai:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Karakteristik produk (seperti penampilan dan juga kebersihan produk)</li> <li>- Tingkat harga yang ditawarkan</li> <li>- Kualitas pelayanan yang diberikan</li> <li>- Rasa bangga setelah membeli produk</li> <li>- Fasilitas yang telah disediakan (tempat makan dan tempat parkir)</li> <li>- Suasana yang ditawarkan (kenyamanan)</li> </ul>	<p>Ordinal</p>
-------------------------------------	---	---	---	----------------

### 3.4 POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK SAMPLING

#### 3.4.1 POPULASI

Menurut Abdurrahmat Fathoni (2006:103) Populasi adalah keseluruhan unit elementer yang parameternya akan diduga melalui statistika hasil analisis yang dilakukan terhadap sampel penelitian. Sedangkan populasi menurut Sugiyono (2009:61) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung Toko Roti dan Kue Soes Merdeka Bandung, yaitu menurut data kunjungan pelanggan pada tahun 2010 sebanyak 8.399 orang pengunjung, sedangkan jumlah pengunjung perbulan sebanyak 700 orang pengunjung, dan selama seminggu terdapat 175 orang pengunjung.

### 3.4.2 SAMPEL

Sampel sering didefinisikan sebagai bagian dari populasi. Menurut Sugiyono (2009:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili.

Ukuran populasi per minggu menurut data kunjungan pelanggan pada Toko Roti dan Kue Soes Merdeka terdapat sebanyak 175 orang pengunjung perminggunya, dan populasi perharinya sebanyak 23 orang pengunjung. Maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{175}{1 + 175 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{175}{1.438} = 121.7 \approx 125$$

**Keterangan :**

N = Populasi

n = Sampel

e = 0.05 atau 5 /100 (tingkat kesalahan)

Jadi ukuran sampel yang diambil adalah sebanyak 125 orang pengunjung yang akan menjadi sampel pada penelitian ini.

### 3.4.3 TEKNIK SAMPLING

Menurut Sugiyono (2009:62) teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Maka teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*, karena unit populasi pengunjung tidak terdaftar, dan pengunjung yang kebetulan datang dan bersedia diwawancarai atau diberi angket untuk diminta informasinya (untuk menjadi sampel).

## 3.5 ALAT PENGUMPULAN DATA DAN SUMBER DATA

### 3.5.1 Alat Pengumpulan Data

a. Observasi

Penulis langsung mengamati keseluruhan aktivitas di Toko Roti dan Kue Soes Merdeka Bandung. Melalui observasi juga dilakukan kegiatan untuk mencocokkan data di lapangan dengan data sekunder yang ada, kemudian mencari data pokok dalam penelitian ini.

b. Angket

Teknik angket yang digunakan berupa daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Angket ini digunakan untuk memperoleh informasi dari responden di Toko Roti dan Kue Soes Merdeka Bandung.

c. Studi Literatur

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data atau informasi yang jelas dan valid untuk melengkapi data dalam rangka analisis permasalahan yang akan diteliti. Studi literatur berfungsi sebagai pembanding ataupun memperkuat informasi yang berkaitan dengan masalah dan analisis

penelitian. Studi literatur ini meliputi penelahan buku-buku, jurnal, laporan ilmiah yang terdapat hubungannya dengan penelitian.

### **3.5.2 Sumber Data**

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, penulis menggunakan data primer dan sekunder, adapun yang dimaksud dengan kedua data tersebut adalah:

#### **a. Data Primer**

Data primer pada penelitian ini, penulis mengambil data dengan cara penyebaran kuisioner yang diisi oleh per responden yaitu pengunjung Toko Roti dan Kue Soes Merdeka, dan juga data yang diambil dari manajemen Toko Roti dan Kue Soes Merdeka.

#### **b. Data Sekunder**

Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah data yang tersedia dari bahan literatur dan media internet yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.

### **3.6 RANCANGAN PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS**

Model analisa data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan untuk menguji kebenaran dari dugaan sementara digunakan model sebagai berikut:

### 3.6.1 Uji Validitas

Validitas menurut Buchari Alma (2010:348) adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi dan sebaliknya bila tingkat validitasnya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur/diinginkan. Sebuah instrumen juga dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui *valid* atau tidaknya kuisisioner yang disebar. Dalam uji validitas digunakan metode koefisien *Korelasi Product Moment* Pearson dengan rumus (Sugiyono, 2009):

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

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- y = Skor total
- $\sum x$  = Jumlah Skor dalam distribusi x
- $\sum y$  = Jumlah Skor dalam distribusi y
- $\sum x^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi x
- $\sum y^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi y
- n = Banyaknya responden

Setelah diketahui besarnya koefisien korelasi (r), kemudian dilanjutkan dengan pengujian taraf signifikan koefisien korelasi dengan menggunakan rumus uji t sebagai berikut Suharsimi, (2004:281):



$$t = \frac{r_{xy} \sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka artinya item pertanyaan signifikan/valid,

Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, maka artinya item pertanyaan tidak signifikan/tidak valid.

Untuk menguji validitas instrumen, maka disebarakan kuisisioner kepada 125 orang responden Toko Roti dan Kue Soes Merdeka Bandung. Validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 12 for windows*. Hasil pengujian validitas ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 3.1 Hasil Pengujian Validitas Instrumen**

No	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	Kualitas Produk	0.333	0.176	Valid
2		0.416		Valid
3		0.316		Valid
4		0.567		Valid
5	Harga	0.437	0.176	Valid
6		0.184		Valid
7		0.405		Valid
8	Kualitas Pelayanan	0.461	0.176	Valid
9		0.440		Valid
10		0.355		Valid
11		0.311		Valid
12		0.387		Valid
13	Kepuasan Konsumen	0.248	0.176	Valid
14		0.320		Valid
15		0.274		Valid
16		0.478		Valid
17		0.201		Valid
18		0.230		Valid

Dari hasil perhitungan setiap item skor kuisisioner diperoleh  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel. Dengan hasil tersebut, dapat dinyatakan bahwa seluruh item soal kuisisioner yang digunakan dalam teknik pengumpulan data penelitian ini valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Buchari Alma (2010:348), menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah dianggap baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Reliabel artinya dapat dipercaya juga dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali diulang pun hasilnya akan tetap sama (konsisten).

1. Mencari angka reliabilitas keseluruhan item tanpa dibelah, dengan cara mengkorelasi angka korelasi yang diperoleh dengan memasukkannya ke dalam rumus:

$$r_{11} = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana :

$r_{11}$  = Reliabilitas yang dicari

$\sum \sigma_i^2$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item

$\sigma_t^2$  = Varians total

Untuk mencari nilai tiap varians per-item digunakan rumus varians sebagai berikut Suharsimi, (2004:110):

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Jika  $r_1 > r_{0,05} \rightarrow$  reliabel

Sebaliknya jika  $r_1 < r_{0,05} \rightarrow$  tidak reliabel

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 12 for windows*.

**Tabel 3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen**

No	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	Kualitas Produk	0.625	0.176	Reliabel
2	Harga	0.520	0.176	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan	0.593	0.176	Reliabel
4	Kepuasan konsumen	0.540	0.176	Reliabel

Dari hasil perhitungan setiap item soal kuisisioner diperoleh nilai Reliabilitas total adalah 0.625, 0.520, 0.593, 0.540. dengan demikian semua item kuisisioner dalam penelitian ini Reliabel karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

### **3.7 TEKNIK ANALISIS DATA**

#### **3.7.1 Method of Succesive Interval (MSI)**

Menurut Harun Al Rasyid Harun, 1994:131, penelitian yang menggunakan data ordinal seperti yang sudah dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, setelah data ordinal telah terkumpul, maka terlebih dahulu akan ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan Method of Succesive Interval. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, dilakukan penghitungan prporosi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.

4. Menentukan nilai batas Z (table normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

### 3.7.2 Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda menurut Buchari Alma (2009:108) adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ( $X_3$ ), ... , ( $X_n$ ) dengan satu variabel terikat. Analisis regresi berganda dapat pula dihitung dengan dengan cara komputer dengan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan:

$$Y = a_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan:

- Y** = Kepuasan Konsumen
- b<sub>1</sub>** = Koefisien Regresi Kualitas Produk
- b<sub>2</sub>** = Koefisien Regresi Harga
- b<sub>3</sub>** = Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan
- a** = Konstanta
- X<sub>1</sub>** = Kualitas Produk
- X<sub>2</sub>** = Harga
- X<sub>3</sub>** = Kualitas Pelayanan

### 3.7.3 Analisis Korelasi Ganda

Analisis korelasi ganda menurut Buchari Alma (2009:86) berfungsi untuk mencari besarnya hubungan dan kontribusi dua variabel bebas (X) atau lebih secara simultan (bersama-sama) dengan variabel terikat (Y). Rumus korelasi ganda adalah sebagai berikut:

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

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi korelasi ganda dicari dulu F hitung kemudian dibandingkan dengan F tabel.

$$F_{hitung} = \frac{JK_{regresi} / k}{JK_{residu} / \{n - (k + 1)\}}$$

Kaidah pengujian signifikansi:

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak artinya signifikan, dan  
 Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima artinya tidak signifikan.

### 3.7.4 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh /peranan variabel  $X_1$  (Kualitas Produk)  $X_2$  (Harga)  $X_3$  (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Kepuasan Konsumen Toko Roti dan Kue Soes Merdeka Bandung), maka digunakan analisis koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD = Koefisien determinasi

$(r_{xy})^2$  = Koefisien Korelasi Berganda

### 3.8 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan secara statistik adalah sebagai berikut:

Ho :  $\beta = 0$  artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel x terhadap variabel y

Ha :  $\beta > 0$  artinya ada pengaruh positif antara variabel x terhadap variabel y

Ha :  $\beta < 0$  artinya ada pengaruh negatif antara variabel x terhadap variabel y

#### 3.8.1 Uji F statistik (Simultan)

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara keseluruhan (simultan) digunakan uji F dengan formula sebagai berikut

Sudjana, (2005:385):

$$F_{hitung} = \frac{JK_{regresi} / k}{JK_{residu} / \{n - (k + 1)\}}$$

Keterangan:

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka Ho ditolak artinya signifikan, dan

$F_{hitung} < F_{tabel}$  maka Ho diterima artinya tidak signifikan.

#### 3.8.2 Uji t statistik (Parsial)

Sedangkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial digunakan uji t, dengan formula sebagai berikut

Sudjana, (2005:380):

$$t = r \sqrt{\frac{n - 2}{1 - r^2}}$$

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti Ho ditolak dan Ha diterima, artinya signifikan

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti Ho diterima dan Ha ditolak artinya tidak signifikan.

Dalam pengujian hipotesis ini tingkat kesalahan yang digunakan adalah 5% atau 0,05 pada taraf signifikansi 95%.