

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah restoran Sushi Den yang berada di Jalan Hariang Banga No.8 Bandung. Adapun penelitian yang akan dilakukan yaitu melakukan pengukuran terhadap persepsi konsumen mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Sushi Den kepada konsumen dan nantinya akan dilihat bagaimana pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Sugiyono (2012 hlm 4) menyatakan bahwa, variabel *independent* adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel *dependent*. Sedangkan variabel *dependent* adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel *independent*.

Adapun variabel *independent* dalam penelitian ini yang pertama adalah kualitas produk (X_1) dengan dimensi: Kualitas Produk: *Aromatic appeal* (daya penarik lewat bau harum), Ketepatan waktu atau *timing* yang tepat dalam menyajikan, *Flavor* (rasa atau bau), Porsi yang baik dan tepat sesuai dengan standar penyajian, dan *Visual appeal* (daya penarik lewat ketajaman mata). Lalu ada kualitas pelayanan (X_2) dengan dimensi: *tangibles* (berwujud), *empathy* (empati), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), dan *assurance* (kompetensi). Sedangkan untuk variabel *dependent* yaitu kepuasan konsumen (Y), dimana akan dilakukan perbandingan antara hasil yang diberikan perusahaan dengan harapan konsumen.

3.2 Metode Penelitian

Sugiyono (2012) menyatakan bahwa, metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpul oleh peneliti.

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Deskriptif, yaitu penelitian yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti yaitu mengenai upaya meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya.
2. Penelitian Verifikatif, dimaksudkan untuk membuat pembuktian adanya kebenaran hipotesis penulis yaitu mengenai adanya pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3.3 Operasional Variabel

Penulis telah menjelaskan mengenai objek penelitian yaitu mengenai variabel bebas tentang kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). Adapun pengertian tentang variabel yang diteliti akan penulis jelaskan pada tabel berikut :

Table 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empirik	Konsep Analisis	Skala
Kualitas Produk (X_1)	Dimensi kualitas produk yaitu, <i>Aromatic appeal</i> (daya penarik lewat bau harum), Ketepatan waktu	1. <i>Aromatic appeal</i> 2. <i>Timing</i>	1. Aroma atau daya penarik lewat bau harum 2. Ketepatan waktu yang	

	atau <i>timing</i> yang tepat dalam menyajikan, <i>Flavor</i> (rasa atau bau), Porsi yang baik dan tepat sesuai dengan standar penyajian, dan <i>Visual appeal</i> (daya penarik lewat ketajaman mata). Marsum (2005: 159) dan Bartono (2005: 43)	3. <i>Portion</i> 4. <i>Flavor</i> 5. <i>Visual appeal</i>	tepat dalam menyajikan 3. Porsi yang baik dan tepat sesuai dengan standar penyajian 4. Rasa dari makanan yang disajikan 5. Daya tarik dari tampilan makanan yang disajikan	Interval
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan (Gronroos dalam Lovelock <i>et. al.</i> 2010: 154)	1. <i>Tangibles</i> (berwujud) 2. <i>Empathy</i> (empati) 3. <i>Reliability</i> (keandalan) 4. <i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	1. Kerapihan penampilan pegawai 2. Kepekaan pegawai terhadap hal yang dibutuhkan konsumen 3. Ketepatan pegawai dalam melayani konsumen 4. Ketanggapan atau ketelitian pegawai pada saat melayani	Interval

		5. <i>Assurance</i> (keramahan)	konsumen 5. Keramahan dan kesopanan pegawai pada saat memberikan pelayanan	
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2009 hlm 138).	Perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil perbandingan antara produk dan harapan.	Data yang diperoleh dari konsumen terhadap kepuasan konsumen mengenai: 1. Kualitas Produk 2. Kualitas Pelayanan	Interval

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data.

Berdasarkan sumbernya data dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Sumber primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
2. Sumber sekunder, yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen, dan sebagainya.

Sedangkan pengumpulan data berdasarkan cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview*

(wawancara), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya, (Sugiyono 2012 hlm 29).

Adapun dalam memperoleh data yang dibutuhkan penulis untuk penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Sushi Den Bandung, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan

Teknik yang dilakukan yaitu dengan mencari data yang bersumber dari buku maupun internet, bahkan dari penelitian sejenis yang memiliki kaitan dengan masalah yang sedang diteliti dan dijadikan landasan teori.

2. Studi Lapangan

Teknik yang dilakukan dengan maksud untuk memperoleh data primer yang dibutuhkan berkenaan dengan variabel yang diteliti. Adapun cara yang dilakukan yaitu: observasi, wawancara dan kuesioner atau angket.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012 hlm 61), populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan dan merasakan produk dan pelayanan dari Sushi Den Bandung. berikut adalah jumlah pengunjung Sushi Den Bandung dalam 4 bulan terakhir.

Table 3.2

Jumlah pengunjung Susi Den Bandung 4 bulan terakhir tahun 2014

Bulan	Jumlah (orang)
-------	----------------

September	5.797
Oktober	5.363
November	4.681
Desember	4.043
Jumlah	19.884

3.5.2 Sampel

Sugiyono (2014 hlm 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.

Adapun cara mengenai pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengambilan sampling dari Slovin. Dimana rumus persamaannya antara lain:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan: n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kesalahan sampel yang dapat ditolerir

Adapun sampel yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebesar:

$$N = 19.884 \quad e = 10\% = 0,1$$

Maka:

$$n = \frac{19884}{1 + 19884 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{19884}{199,84}$$

$$n = 99,499 \sim 100$$

Berdasarkan penghitungan tersebut maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah sejumlah 100 orang responden.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Setelah pengumpulan data dari kuisisioner terkumpul, mengolah dan mendeskripsikan data, sehingga dapat dilihat apakah terdapat pengaruh dan hubungan antar variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan. Untuk mengolah data tersebut tahapan prosedur yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Pengambilan data, wawancara kepada karyawan dan penyebaran kuisisioner kepada konsumen yang menjadi responden.
- b. Menyusun data dan mengolah data hasil kuisisioner.
- c. Rekapitulasi nilai angket variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan kepuasan konsumen (Y).
- d. Menganalisis data untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antara variabel penelitian dengan teknik analisis.
- e. Mengubah data mentah menjadi bermakna (mentabulasi)
- f. Menarik kesimpulan dan saran.

3.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dari pengujian validitas dan reliabilitas diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel, karena instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

3.7.1 Pengujian Validitas

Sugiyono (2012, hlm 348) menyebutkan bahwa “hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapat data (mengukur)

itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Pada bagian ini akan dikemukakan pengujian validitas mengenai variabel *independent* (X) yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan dan variabel *dependent* (Y) yaitu kepuasan konsumen Sushi Den Bandung. adapun keputusan pengujian validitas *item instrument*, adalah sebagai berikut:

- a. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana *level of significant* yang digunakan adalah 10% (0,10).
- b. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ dimana *level of significant* yang digunakan adalah 10% (0,10).

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap 30 orang responden yang bertujuan untuk menguji sejauh mana tingkat kelayakan kuisisioner penelitian, berikut adalah hasil yang di dapat dalam mengukur validitas terhadap angket yang akan disebarakan kepada responden:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Harapan				
Kualitas Produk				
1	P1	0,814	0,487	Valid
2	P2	0,667	0,487	Valid
3	P3	0,835	0,487	Valid
4	P4	0,802	0,487	Valid
5	P5	0,648	0,487	Valid
Kualitas Pelayanan				

1	P6	0,708	0,487	Valid
2	P7	0,685	0,487	Valid
3	P8	0,822	0,487	Valid
4	P9	0,727	0,487	Valid
5	P10	0,864	0,487	Valid
Kenyataan				
Kualitas Produk				
1	P1	0,717	0,487	Valid
2	P2	0,745	0,487	Valid
3	P3	0,612	0,487	Valid
4	P4	0,707	0,487	Valid
5	P5	0,614	0,487	Valid
Kualitas Pelayanan				
1	P6	0,662	0,487	Valid
2	P7	0,644	0,487	Valid
3	P8	0,584	0,487	Valid
4	P9	0,744	0,487	Valid
5	P10	0,677	0,487	Valid
Kepuasan Konsumen				
1	P1	0,704	0,487	Valid
2	P2	0,760	0,487	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2015.

Hasil perhitungan diatas menyatakan bahwa hasil dari tanggapan kuisisioner yang disebar kepada responden dinyatakan valid. Hal tersebut dibuktikan bahwa hasil perhitungan setiap item pertanyaan mempunyai nilai lebih dari 0,487.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Dalam sebuah penelitian, hasil dari penelitian tersebut selain harus valid namun juga harus bersifat reliabel. Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2012:

348). Dalam penelitian ini penulis menggunakan program SPSS 22 *for windows*, untuk menentukan hasil penelitian apakah reliabel atau tidak.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap 30 orang responden yang bertujuan untuk menguji sejauh mana tingkat kelayakan kuisisioner penelitian, berikut adalah hasil yang di dapat dalam mengukur validitas terhadap angket yang akan disebarakan kepada responden:

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Koefisien Reliabilitas	N	Keterangan
Harapan				
Kualitas Produk	5	0,801	30	Reliabel
Kualitas Pelayanan	5	0,820	30	Reliabel
Hasil atau Kinerja				
Kualiatas Produk	5	0,697	30	Reliabel
Kualitas Pelayanan	5	0,682	30	Reliabel
Kepuasan Konsumen	2	0,495	30	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2015.

Hasil perhitungan diatas menyatakan bahwa hasil dari tanggapan kuisisioner yang disebar kepada responden dinyatakan valid. Hal tersebut dibuktikan bahwa hasil perhitungan setiap item pertanyaan mempunyai nilai *Alpha Cronbach* lebih dari 0,487.

3.8 Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah mengenai ada atau tidaknya pengaruh antar variabel yang diteliti, yaitu variabel bebas tentang kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). sehingga hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

3.8.1 Uji F

Pengujian dengan uji F tujuannya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independent* secara bersama-sama terhadap variabel *dependent*. Adapun persamaannya adalah sebagai berikut:

$$F_{\text{hitung}} = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{(1-K^2)}{(n-k-1)}}$$

Keterangan:

R = nilai koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel *independent* (bebas)

n = jumlah anggota sampel

3.8.2 Uji t

Sugiyono (2012, hlm 230), menyatakan bahwa pengujian signifikan koefisien korelasi, selain dapat menggunakan tabel, juga dapat dihitung dengan uji t. Adapun persamaannya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = t hitung atau nilai t tabel

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel