

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Desain Penelitian

1.1.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2017:3) metode penelitian yaitu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan-kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis.

Dalam penelitian ini, meneliti mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan, dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu mencari ada atau tidaknya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan.

Menurut Sugiyono (2014:147) mengemukakan “Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data menggunakan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul seperti adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Creswell (2010:5) mengemukakan pendekatan kuantitatif adalah metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu menggunakan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini biasanya diukur dengan instrumen-instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.

3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian untuk penulis mendapatkan informasi serta data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dilakukan di Jalan.

Waktu penelitian mulai dilakukan pada bulan Oktober 2021 sampai dengan bulan juni 2022 dan penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada para konsumen yang telah mencoba produk makanan Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan.

3.1.3 Populasi Dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk makanan pada Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan. Pengambilan data dilakukan dengan pengisian kuesioner pada para pelanggan yang Membeli Produk makanan Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, menurut Sugiyono dalam Bilondatu (2013:713). Sebagai bagian dari populasi, sampel memberikan gambaran yang benar tentang populasi. Sampel dalam penelitian ini diambil dari para konsumen Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* melalui cara *Convenience Sampling*. Menurut Suharyadi dan Purwanto (2009:17) *Convenience Sampling* adalah penarikan sampel berdasarkan keinginan peneliti sesuai dengan tujuan penelitian. Populasi dalam penelitian ini tidak terbatas jumlahnya sehingga jumlah sampel yang diambil 100 responden karena menurut Wallen dan Aritonang (2005) dalam Pujihastuti (2012:55). Menurut Gozali & Fuad (2008:36) ukuran sampel minimal 100 responden. Berdasarkan maksimum likelihood yang sering digunakan pada beberapa spreadsheet.

3.1.4 Jenis dan Sumber Data Yang Digunakan

Ada dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Data primer, yaitu data yang di peroleh secara langsung melalui kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan.
- 2) Data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian melalui literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

3.1.5 Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung ke obyek penelitian, yaitu peneliti mendatangi dan mengamati langsung cara pembuatan dan pemasaran pada Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan.

2) Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan.

1.2 Instrumen Penelitian

Kuesioner penelitian ini menggunakan skala pengukuran bobot jawaban kuesioner mengacu dengan metode skala likert dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.1
Pengukuran Bobot Jawaban

Inisial	Uraian	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
CS	Cukup Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

3.2.1 Definisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah sebuah tolak ukur dalam dunia bisnis apabila konsumen tidak mendapatkan kepuasan tersebut maka mereka tidak akan kembali lagi untuk membeli produk di tempat yang sama.

Definisi konsep : Menurut Kotler dan Keller (2009:138) dalam Jurnal Maramis, Sepang dan Soegotomenyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karenamembandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap eksptasi mereka.

Definisi oprasional : Terjadinya kepuasan terhadap konsumen sangat di pengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan nya, apabila faktor tersebut baik maka konsumen merasa puas dan akan selalu mengenang akan produk makanan pada Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan.

1.2.2 Definisi Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa pada Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan atas jasa yang diberikan olehRumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan.

Definisi Konsep : Menurut Saputri dan Mustofa (2015:3) harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Konsumen akanmembeli suatu produk yang sesuai dengan kemampuan belinya.

Definisi Oprasional : Untuk itu peranan harga sangat mempengaruhi tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam menjual produknya.

1.2.3 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Harapan konsumen dibentuk berdasarkan pengalaman mereka, saran orang lain, iklan yang disampaikan oleh perusahaan jasa.

Definisi konsep : Kualitas pelayanan yang memuaskan akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan karena konsumen akan loyal terhadap jasa yang diberikan dan memutuskan melakukan pembelian secara terus-menerus (Avatoe dan Lamidi, 2015:368).

Definisi Oprasional : Kualitas pelayanan adalah suatu penilaian baik atau buruknya kualitas pelayanan yang didapatkan dari segi pemasaran Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan.

1.3 Teknik Pengolahan Data

3.3.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji tentang kemampuan suatu kuesioner benar-benar dapat mengukur hal yang ingin diukur. Menurut Pujihastuti (54:2010) dalam *jurnal agri bisnis dan pengembangan wilayah Vol.2*. Validitas dapat dilihat dari berbagai segi, demikian juga dengan uji signifikannya. Oleh karena nya dapat dilakukan berdasarkan uji signifikansi statistic tertentu sesuai dengan kebutuhan, misalnya teknik korelasi ataupun dengan ukuran statistic tertentu misalnya Cronbach Alpha kurang dari 0,6 sekaran (2000). Sementara itu uji validitas dapat dilakukan antara lain dengan menghitung korelasi pearson antara skor item dengan skor total instrumen. Isti pujihastuti (2010) menyatakan bahwa uji validitas dapat dilakukan antara lain dengan menghitung korelasi Pearson antara skor item dengan skor total instrumen.

3.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai konsistensi hasil. Menurut Sugiyono (2010:354) tingkat reliabilitas secara internal diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen menggunakan teknik *Alpha Cronbach's* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a_b^2}{a_t^2} \right)$$

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

Keterangan :

- r : reliabilitas instrument
- k : banyaknya butir pertanyaan
- n : jumlah responden
- x : nilai skor yang di pilih
- a_t^2 : varian total
- $\sum a_b^2$: jumlah varian total

Sedangkan Korelasi r tersebut menurut Sekaran (2000) yang dikutip oleh Pujihastuti (2010:54) menggunakan *Cronbach Alpha* untuk mengukur reliabilitas, maka instrumen dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* kurang dari 0,6. Disimpulkan reliabel apabila *Cronbach Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,6.

- A. *Cronbach Alpha* \geq 0,6 : reliable
- b. *Cronbach Alpha* $<$ 0,6 : tidak reliable

3.3.3 Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji kekuatan dan kevalidan data antara Variabel harga (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y), maka digunakan Uji Asumsi Klasik. Uji Asumsi Klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikonieritas dan uji heteroskedastisitas.

3.3.4 Uji Normalitas

Uji Normalitas di maksudkan untuk menguji apakah model yang di usulkan memiliki kesesuaian data atau tidak (Riadi, 2016:93). Uji Normalitas dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dimana uji tersebut dilakukan dengan cara mengetahui nilai signifikansi, apabila nilai signifikansi atau *sig.* $>$ 0,050 maka data berdistribusi normal.

3.3.5 Uji Multikolinieritas

Pengujian ini digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas (independen), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (tidak terjadi multikolinieritas).

Uji Multikolinieritas bisa dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan nilai variance inflation factor (VIF), jika VIF yang dihasilkan diantara < 10 dan Nilai Tolerance < 1 maka tidak terjadi multikolinieritas.

3.3.6 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot*.

Uji Grafik *scatterplot* untuk melihat apakah regresi terjadi heteroskedastisitas atau tidak, caranya yaitu dengan melihat:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang menyebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

3.3.7 Analisis Regresi Berganda

Menurut Priyatno dalam Widayatmoko (2015:46) analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.

Untuk menentukan persamaan regresi mengenai harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y), menggunakan persamaan regresi menurut Sugiyono (2014:192) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Di mana :

Y : Variabel kepuasan konsumenn

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi harga

b_2 : Koefisien regresi kualitas pelayanan

X_1 : Variabel harga

X₂ : Variabel kualitas pelayanan

3.3.8 Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Bakar Kang Wawan maka diperlukan koefisien determinasi, yaitu:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi (%)

r = Koefisien korelasi

3.3.9 Uji Hipotesis

1. Uji t

Menurut Priyatno (2010:86) uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Koefisien korelasi pearson menggunakan uji t dengan signifikan 95% atau $\alpha = 5\%$. Angka t hitung hasil menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\beta}{SE_{\beta}}$$

Di mana:

t = Angka t hasil observasi

r = Koefisien regresi

SE β = Standar eror koefisien

Kriteria pengambilan keputusan jika menggunakan uji t tabel sebagai berikut:

- Nilai t hitung > t table atau -t hitung < - t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima.
- Nilai t hitung \leq t table atau -t hitung \geq -t table maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Kriteria pengambilan keputusan jika menggunakan uji t sebagai berikut :

- Jika nilai sig. (*probability value*) \leq 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima.
- Jika nilai sig. (*probability value*) > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak.

2) Uji F

Menurut Priyatno dalam Widyatmoko (2015:47) uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Menurut Sugioyono (2014:192) dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Fh = Nilai F hasil observasi
- R = Koefisien korelasi ganda
- k = Jumlah variabel independen
- n = Jumlah anggota sampel

Kriteria keputusan:

- 1) Nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
- 2) Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Kriteria pengambilan keputusan jika menggunakan uji F sebagai berikut :

- c. Jika nilai sig. (*probability value*) $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai sig. (*probability value*) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan