

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek penelitian

Menurut Sugiyono (2015) obyek penelitian merupakan suatu atribut atau penilaian orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulan. Objek penelitian pada penelitian ini adalah Olive Fried Chicken di Yogyakarta.

2. Subjek penelitian

Menurut Sekaran (2006) subyek didefinisikan sebagai satu dari anggota dalam sampel sebagaimana elemen adalah anggota dari populasi. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sudah pernah melakukan pembelian di Olive Fried Chicken di Yogyakarta.

B. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sekaran (2006) mendefinisikan pengambilan sampel sebagai proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, serta penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan *metode purposive*

sampling. Simamora (2004) dalam Putro, dkk (2014) mendefinisikan teknik *non probability sampling* dimana semua populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden dan pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan peneliti.

Sugiyono (2015) mendefinisikan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti menggunakan beberapa kriteria, diantaranya :

1. Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Mahasiswa/i yang pernah menggunakan minimal 2 kali pembelian Olive Fried Chicken.

Menurut Ferdinand (2005) dalam Putro, dkk (2014) disarankan ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 sampai dengan 10 untuk setiap indikator. Dengan demikian bila indikator berjumlah 19, Dalam penelitian ini terdapat 19 indikator, maka dari itu dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut :

Jumlah Sampel = 7 x jumlah indikator

= 7 x 19

= 133 responden

jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 133 responden.

C. Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2015) data primer didefinisikan sebagai data yang diambil dari pihak pertama, penulis mendapatkan hasil data dari kuesioner yang dibagikan kepada responden yang telah ditentukan kriterianya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang bersifat kuantitatif, sebagaimana telah dijelaskan oleh Sugiyono (2015) bahwa metode kuantitatif merupakan metode dengan data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah dilengkapi dengan tingkatan jawaban sebagai pilihan responden dalam menjawab pertanyaan. Kuesioner menurut Sekaran (2006) merupakan daftar pertanyaan secara tertulis dan telah dirumuskan sebelumnya dan akan dijawab oleh responden, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Skala yang digunakan adalah skala *likert* 5 poin dengan kriteria, yaitu:

STS (Sangat Tidak Setuju) = bobot 1

TS (Tidak Setuju) = bobot 2

N (Netral) = bobot 3

S (Setuju) = bobot 4

SS (Sangat Setuju) = bobot 5

E. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Kualitas Makanan (X1)	Menurut Potter dan Hotchkiss (1995) dalam Fiani dan Japariato (2012) <i>food quality</i> adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen. Ini termasuk dalam faktor eksternal seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menu produk yang bervariasi 2. Cita rasa sesuai dengan harapan konsumen 3. Produk yang disajikan higienis 4. Porsi yang pas Sumber : Adi (2012)
2.	Kualitas Layanan (X2)	Menurut Tjiptono (2003) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik. 2. Kehandalan. 3. Daya tanggap. 4. Empati. 5. Jaminan. Sumber : Ghozali (2014)
3.	Persepsi Harga (X3)	Persepsi harga adalah pandangan pemaknaan seseorang konsumen tentang baik atau buruknya kualitas, manfaat dan citra dari merek perusahaan yang ditinjau dari tinggi rendahnya tingkat harga dari suatu produk, Nugroho (2010).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas makanan 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 5. Potongan harga khusus. Sumber : Runtunuwu, dkk (2014)

4.	Kepuasan Pelanggan (X4)	Menurut Kotler & Keller (2012) definisi kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk. 2. Harga. 3. Kualitas pelayanan. 4. Terpenuhinya harapan pelanggan. 5. Sikap/keinginan untuk menggunakan kembali produk. <p>Sumber : Runtunuwu, dkk (2014)</p>
----	-------------------------	---	--

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2011) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor Ghazali (2011). Ghazali (2011) menyatakan jika nilai signifikan yang diperoleh dari setiap indikator $< 0,05$ maka dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji keandalan setiap variabel diukur dengan menggunakan *Cronbach's alpha*. *Cronbach's alpha* adalah sebuah

ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu Hair, dkk (2010). Nilai *Cronbach's alpha* dikatakan handal atau dapat diterima apabila nilai *Cronbach's alpha* > 0,60 Hair, dkk (2010).

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2011) analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi). Tujuan dari analisis deskriptif adalah memberikan kepada peneliti sebuah riwayat serta menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari perspektif seseorang, organisasi atau lainnya (Sekaran, 2006).

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang dilakukan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan dalam metode analisis regresi berganda adalah sebagai berikut Sugiyono (2012) dalam Runtunuwu, dkk (2014) :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y	= Kepuasan Pelanggan
α	= Konstanta
X1	= Kualitas Makanan
X2	= Kualitas Layanan
X3	= Persepsi Harga
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien regresi
e	= <i>Error Term</i> (Faktor Pengganggu)

c. Uji Hipotesis

1) Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan Ghozali (2011). Kriteria penentuan uji F adalah tingkat signifikansi 5%. Apabila nilai signifikansi $F < \alpha 0,05$ maka terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2) Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu, dalam menerangkan variabel dependen Ghozali (2011). Hipotesis diterima jika nilai signifikansi $< \alpha 0,05$ dan koefisien regresi searah dengan hipotesis. Hipotesa dapat diterima apabila standar error lebih kecil dari 0,05 atau 5% dan hipotesa ditolak apabila standar error lebih besar dari 0,05 atau 5%.

3) Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh variasi variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen Ghozali (2011). Nilai R^2 yang semakin mendekati 1, berarti variabel-variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.