

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian, juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, biasa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu (Umar 2005). Subjek adalah satu anggota dari sampel, sedangkan elemen adalah satu anggota dari populasi (Sekaran, 2011). Objek penelitian ini adalah Cafe Dongeng Kopi di Jln. Wahid Hasyim no 3, Gorongan, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta, sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen dari Cafe Dongeng Kopi.

B. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti (Sekaran, 2011). Data dalam penelitian ini adalah jawaban kuesioner dari responden penelitian yang merupakan pelanggan Cafe Dongeng Kopi.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan desain *non-probability sampling*, yaitu teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel (Sugiyono 2013). Jenis *non-probability sampling* yang digunakan

adalah teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian produk yang ada di Cafe Dongeng Kopi.

Populasi adalah semua individu/unit-unit yang menjadi objek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian individu/unit-unit yang diambil dari populasi (Rahmawati A dkk, 2014). Sampel yang diambil dari populasi mempunyai karakteristik dan wilayah tersendiri untuk di teliti sehingga mendapatkan kesimpulan dari yang di teliti.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Sampel yang tentukan berdasarkan Roscoe (1975) dalam Sekaran (2011) memberikan acuan dalam pengambilan jumlah sampel, yaitu :

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Jika sampel dipecah kedalam subsampel (pria/wanita, junior/senior dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei menggunakan teknik memberikan kuesioner kepada para responden yang terpilih sebagai sampel. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden

untuk dijawab (Sugiyono 2013). Dalam penelitian ini, kuesioner disebarikan pada orang yang pernah pergi dan membeli produk di Cafe Dongeng Kopi.

Data yang diperlukan yaitu :

1. Data responden
2. Persepsi responden terhadap kualitas produk
3. Persepsi responden terhadap harga
4. Persepsi reponden terhadap kualitas pelayanan.

E. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2013), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel di penelitian ini terdapat variabel independen dan variabel dependen. Variabel-variabel tersebut diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan.

Berikut ini definisi dan pengukuran variabel-variabel independen :

a. Variabel Kualitas produk (X1)

Sebuah produk harus bisa digunakan sesuai fungsinya sehingga konsumen tidak akan kecewa. Produsen harus membangun persepsi konsumen yang baik dengan membuat produk berkualitas sehingga

dapat memuaskan konsumen. Ini seperti yang dinyatakan Kotler dan Armstrong (2010) bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan suatu fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan produk serta atribut bernilai lainnya. Indikator kualitas produk yang digunakan diambil dari penelitian Runtunuwu Dkk (2014) sebagai berikut :

- 1) Penampilan produk
- 2) Rasa
- 3) Tekstur
- 4) Selera
- 5) Berbeda

b. Variabel persepsi harga (X2)

Persepsi atas harga menyangkut bagaimana informasi harga yang dipahami oleh konsumen dan dibuat bermakna bagi mereka mengenai pengolahan informasi, Peter dan Olson (2014). Dalam melihat suatu harga yang ditetapkan perusahaan, konsumen mempunyai beberapa pandangan berbeda. Harga yang ditetapkan diatas harga pesaing dipandang mencerminkan bahwa perusahaan mempunyai kualitas yang lebih baik atau mungkin juga dipandang sebagai harga yang terlalu mahal, sementara harga yang ditetapkan dibawah pesaing akan dipandang sebagai perusahaan yang murah atau dipandang sebagai perusahaan yang berkualitas rendah. Suatu perusahaan harus menetapkan harga sesuai dengan nilai yang diberikan dan di pahami

pelanggan (Kotler 2011). Hal ini dilakukan supaya pelanggan merasa puas dan tidak kecewa atas produk dan jasa yang disediakan. Indikator persepsi harga yang digunakan diambil dari penelitian Runtunuwu Dkk (2014) sebagai berikut :

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuain harga dengan kualitas
- 3) Daya saing harga
- 4) Harga yang ditetapkan

c. Variabel kualitas pelayanan (X3)

Pelayanan merupakan bentuk penghormatan perusahaan dalam memenuhi keinginan konsumen. Menurut Tjiptono (2006) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Parasuraman (1998) mengemukakan bahwa 5 dimensi pokok jasa untuk menentukan kualitas pelayanan bukti langsung (*tangible*), empati (*empaty*), daya tanggap (*responsiveness*), reliabilitas (*reliability*) dan jaminan (*assurance*). Indikator kualitas pelayanan yang digunakan sebagai berikut :

- 1) Bukti langsung (*Tangible*)
- 2) Empati (*Empaty*)
- 3) Daya tanggap (*Responsiveness*)
- 4) Reliabilitas (*Reliability*)
- 5) Jaminan (*Assurance*).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel independen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan (Kotler dan Keller 2009). Kepuasan pelanggan sangat penting untuk kemajuan perusahaan. Jika konsumen senang dan merasa puas akan perusahaan tersebut, maka konsumen akan selalu mengunggulkan perusahaan yang membuat konsumen senang dan puas ketika dibandingkan dengan perusahaan lain, sehingga konsumen mempunyai keinginan untuk datang kembali. Indikator yang digunakan kepuasan pelanggan sebagai berikut:

- a. Terpenuhinya harapan pelanggan
- b. Sikap atau keinginan untuk datang dan menggunakan kembali produk
- c. Merekomendasikan kepada pihak lain

Indikator-indikator diatas diukur dengan skala penilaian Likert, yang mempunyai lima tingkat preferensi jawaban yang masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut :

- 1) = Sangat tidak setuju
- 2) = Tidak setuju
- 3) = Netral
- 4) = Setuju
- 5) = Sangat setuju

F. Pengujian Kualitas Instrumen

Dalam studi ini, penulis menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kualitas data, kesimpulan penelitian akan menjadi bias jika ternyata data yang digunakan tidak valid dan tidak reliabel (Rahmawati A, dkk 2014). Instrumen penelitian yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Validitas menunjukkan sejauhmana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang ingin kita ukur dan bukan mengukur yang lain, sedangkan reliabilitas digunakan untuk menguji seberapa konsisten dan stabilitas dari alat pengukur yang kita gunakan, sehingga memberikan hasil yang konsisten jika pengukuran tersebut diulangi (Rahmawati A, dkk 2014).

1. Uji Validitas

Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang ingin kita ukur dan bukan mengukur yang lain (Rahmawati A, dkk 2014). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur tersebut.

Untuk menguji validitas item kuesioner dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Package For Social Sciencies*). Dari hasil menggunakan SPSS didapat nilai signifikansi. Jika nilai signifikansinya $< 0,05$, maka instrumen dikatakan valid, jika nilai signifikansinya $> 0,05$, maka instrumen tidak valid (Rahmawati A, dkk 2014).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana konsisten dan stabilitas dari alat pengukur yang kita gunakan, sehingga memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi (Rahmawati A, dkk 2014). Setelah melakukan pengujian instrumen validitas, maka bisa dilanjutkan dengan pengujian instrumen reliabilitas. Jika semua pertanyaan variabel pada kuesioner penelitian adalah reliabel maka bisa dikatakan kuesioner yang digunakan untuk penelitian adalah kuesioner yang baik. Dengan SPSS dapat diukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Rahmawati A, dkk 2014).

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bisa dilakukan untuk mengetahui layak atau tidak model regresi digunakan. Jika uji asumsi klasik belum terpenuhi besar kemungkinan model regresi menjadi bias atau kurang tepat, oleh sebab itu uji asumsi klasik menjadi syarat sebelum melakukan model regresi, sehingga tidak akan menimbulkan kesalahan dalam pemenuhan asumsi. Menurut Rahmawati A, dkk (2014) Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil biasa merupakan model regresi yang menghasilkan estimator linear tidak bias yang terbaik, hal tersebut dipenuhi dengan beberapa asumsi klasik sebagai berikut:

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah *Independent Variable* yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau = 1) (Rahmawati A, dkk 2014). Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Menurut Rahmawati A, dkk (2014) untuk mengetahui adanya multikolinearitas dapat diketahui dengan cara sebagai berikut:

- 1) Melihat nilai t hitung, R^2 dan F ratio. Jika R^2 tinggi, nilai f ratio tinggi, sedangkan sebagian besar atau seluruh koefisien regresi tidak signifikan
- 2) Menentukan koefisien korelasi antara *Independent Variabel* yang satu dengan yang lainnya. Jika antara dua *Independent Variabel* memiliki korelasi yang spesifik maka didalam model regresi tersebut terdapat multikoleniaritas.
- 3) Melihat *Variance Inflation Faktor* (VIF) yaitu faktor pertambahan ragam. Apabila VIF sama atau kurang dari 10 maka tidak terjadi multikoleniaritas. Tetapi jika VIF melebihi 10 maka terjadi multikoleniaritas.

b. Uji Heteroskidastisitas

Menurut Rahmawati A, dkk (2014) uji heteroskidastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap

(homoskedastisitas) atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi bisa diketahui dengan munculnya hasil grafik. Jika digrafik terlihat titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi (Rahmawati A, dkk 2014).

c. Uji Normalitas

Uji normalitas tujuannya untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, *Dependent Variable*, *Independent Variable* atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak (Rahmawati A, dkk 2014). Analisis model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal atau mendekati normal. Deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan (Rahmawati A, dkk 2014) :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Secara umum analisis ini digunakan untuk menganalisis pengaruh dua *independent variable* (X) atau lebih terhadap *dependent variable* (Y) (Rahmawati A, dkk 2014). Rumus matematis dari regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan : Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b₁,b₂,b₃ = Koefisien regresi

x₁ = Kualitas produk

x₂ = Persepsi harga

x₃ = Kualitas pelayanan

e = error disturbances

3. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap

variabel terikat (Rahmawati A, dkk 2014). Uji kelayakan model atau yang lebih sering disebut dengan uji F merupakan tahapan awal mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Layak disini maksudnya adalah model diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis menggunakan alat bantu program *software SPSS for windows* untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian. Jika nilai $F < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi layak, sedangkan apabila nilai $F > 0,05$ dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi tidak layak.

4. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris (Rahmawati A, dkk 2014). Untuk menguji hipotesis maka dilakukan Uji t, dimana Uji t digunakan untuk menguji hipotesis. Hipotesis yang di uji adalah

- a. H1 :Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. H2 : Persepsi Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. H3 :Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Setelah diperoleh hasil p kurang dari H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya semua variabel lolos uji t, jika $p < 0,05$.

5. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinan ($R^2_{y\cdot k}$) menunjukkan besarnya pengaruh secara bersama atau serempak variabel eksogen terhadap variabel endogen yang terdapat dalam model struktural yang dianalisis. Menurut Rahmawati A, dkk (2014) nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu, nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.