

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian lapangan, yang dimaksud dengan penelitian lapangan disini adalah peneliti secara langsung terlibat dengan responden guna melaksanakan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Sehingga selama proses penelitian berlangsung peneliti terlibat secara langsung.¹

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, karena didasarkan oleh data yang dapat dihitung untuk memperoleh penjelasan.² Selanjutnya angka yang dihasilkan diperoleh dari pengolahan data sebelumnya. Penggunaan metode statistik dilakukan untuk proses pengolahan angka agar mendapatkan hasil data yang diolah.

Pendekatan ini berawal dari data, layaknya bahan baku pada sebuah pabrik, kemudian data diproses sehingga dapat menghasilkan informasi penting untuk proses pengambilan keputusan.³ Pendekatan ini memudahkan untuk menghitung data dari pengaruh *Service Quality*, *Price Fairness* dan *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna jasa *Go-Food* Indonesia (Studi Pada Pelanggan *Go-Food* di Demak).

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Masyarakat sekitar yang berlokasi di kabupaten Demak. Subyek yang diteliti adalah pelanggan *Go-Food* di Demak. Peneliti memilih subyek tersebut karena peneliti ingin mengerti mengenai adanya pengaruh *Service Quality*, *Price Fairness* dan *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna jasa *Go-Food* Indonesia (Studi Pada Pelanggan *Go-Food* di Demak).

¹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistkik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 5.

² Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 288.

³ Mudjarat Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta : AMP YKPN, 2001), 1.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu daerah penyanggatan meliputi: obyek/subyek yang memiliki kunggulan dan keunikan, dimana dipilih oleh peneliti digunakan untuk dipelajari sehingga mendapatkan kesimpulan. Populasi mencakup mengenai semua karakteristik yang terdapat pada obyek/subyek tersebut.⁴ Populasi penelitian ini adalah masyarakat sekitar Demak yang menjadi pelanggan di Go-Food Demak.

2. Sampel

Sampel yaitu bagian tertentu dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁵ Disini peneliti memilih sampel menggunakan rancangan sampel *Probability Sampling*. *Probability Sampling* ialah teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi agar dijadikan sebagai sampel, peneliti menggunakan *Insidental Sampling*. *Insidental Sampling* yaitu adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja masyarakat daerah Demak pelanggan di *Go-Food* yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁶ Kriteria sampel pada penelitian ini adalah Masyarakat sekitar Demak pelanggan *Go-Food* daerah Demak. Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Solvin. Solvin merupakan teknik pengambilan sampel dimana peneliti menggunakan sampel dari populasi dengan cara perhitungan seperti:⁷

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

Dimana:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cet. Ke-16* (Bandung: Alfabeta, 2012), 115.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 140.

⁶ Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), 112-120

⁷ Wiratna Sujarweni, *Statistik untuk Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 80.

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*).⁸

Sehingga jumlah sampel yang didapat adalah:

Dalam penelitian ini diketahui besarnya populasi sebagian pelanggan *Go-Food* Demak sebanyak 12000 masyarakat.⁹ Peneliti menggunakan batas toleransi kesalahan sebesar 10% sehingga didapat jumlah sampel sebagai berikut :

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

$$n = \frac{12000}{1 + 12000(0,1^2)}$$

$$n = \frac{12000}{121}$$

$n = 99,17$ atau dibulatkan menjadi 99 responden

Jadi, sampel penelitian ini dengan tingkat toleransi 10% adalah 99,17 dibulatkan menjadi 99 responden.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu suatu karakter orang, obyek, maupun tindakan yang terdapat variasi tertentu untuk dipahami sehingga bisa diambil kesimpulannya. Sesuai hubungan antar variable, variabel dapat diklasifikasikan menjadi 2 macam, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Pemakaian variabel dependen dan variabel independen disini didasarkan atas pendahuluan serta landasan teori yang sudah dijelaskan, yaitu sebagai berikut:¹⁰

a. Variable Bebas (*Independen*)

Variable *independen* merupakan variable yang menyebabkan perubahan, dengan kata lain variabel independen dengan perubahan yang dilakukan bisa memunculkan variabel terikat (*dependen*). Yang menjadi variabel bebas adalah:

⁸ Yusniar Lubis dkk, *Manajemen Dan Riset*, (Bandung : ALFABETA CV, 2018), 193

⁹ <https://jeparakab.bps.go.id/indicator/12/277/1/penduduk-menurut-desa-dan-jenis-kelamin-di-kecamatan-mayong.html>. Diakses pada tanggal 4 maret 2023 pukul 10.00 WIB.

¹⁰ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 75.

- 1) *Service Quality* (X_1)
 - 2) *Product Quality* (X_2)
 - 3) *Price Fairness* (X_3)
- b. Variable Terikat (*Dependen*)

Variabel terikat (*dependen*) yaitu variabel yang muncul karena adanya pengaruh dari variabel bebas/*independen*. Pada penelitian ini variabel *Customer Satisfaction* (Y) dijadikan sebagai variabel *dependen*.

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional yaitu dimana variabel penelitian ditujukan agar dapat mempelajari maksud dari setiap variabel sebelum dianalisis, di uji instrument, diketahui penjelasan mengenai sumber dan pengukurannya.¹¹ Penjelasan mengenai definisi operasional variabel penelitian, diantaranya:

Tabel 3.1
Definisi Operasioanal Variabel

Variabel Penelitian	Defiinsi	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Service Quality</i> (X_1)	<i>Service quality</i> adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. ¹²	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reability</i> 3. <i>Responsivness</i> 4. <i>Assurance</i>.¹³	Skala Likert 1-5

¹¹ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 77.

¹² Nurmin Arianto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Mnegggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor", *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol.1, No.2, 2018, 32.

¹³ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian)* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013),115.

Price Fairness (X2)	Kewajaran Harga (<i>price fairness</i>) yaitu penilaian dari sudut pandang konsumen mengenai harga, dimana dalam memberikan penilaian tersebut konsumen akan menghubungkan antara manfaat yang diterima dengan jasa atau barang yang telah dibeli. Kesesuaian antara pengorbanan konsumen terhadap nilai yang diterimadijadika n sebagai indikator penilaian harga, sehingga konsumen dapat melakukan penilaianterhada p produk atau jasa. ¹⁴	1. Keterjangkauan Harga. 2. Kesesuaian harga dan kualitas produk. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian antara harga dengan manfaat produk. ¹⁵	Skala Likert 1-5
---------------------------	--	--	---------------------

¹⁴ Mohamad Saparudin dan Bambang Rahardjo, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Jakarta)*”, Jurnal Computech & Bisnis, Vol 12, No 1, (2019), 88. Diakses pada 14 September 2022.

¹⁵ Lutfan Fazari,dkk., *Pengaruh Kuaitas Produk, Harga dsn Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada UKM Martabak Mas Ipung di Perumahan Plamongan Indah Semarang*, Jurnal Admisinitrasi Bisnis:UNDIP Semarang, 2019, 35.

<i>Product Quality</i> (X3)	<i>Product quality</i> merupakan keseluruhan dari fitur dan karakter yang dimiliki oleh produk baik barang maupun jasa yang mempunyai kemampuan untuk memberikan pemenuhan kebutuhan baik dapat dinyatakan secara tersirat. ¹⁶	1. Kinerja (<i>Performance</i>) 2. Fitur (<i>Feature</i>) 3. Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specifications</i>) 4. Daya Tahan (<i>Durability</i>).¹⁷	Skala Likert 1-5
<i>Customer Satisfaction</i> (Y)	<i>Customer satisfaction</i> adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”. ¹⁸	1. Ketanggapan layanan (<i>responsiveness of service</i>). 2. Kecepatan transaksi (<i>speed of transaction</i>). 3. Keberadaan layanan (<i>availability of service</i>). 4. Profesionalisme (<i>professionalisme</i>). 5. Kepuasan menyeluruh	Skala Likert 1-5

¹⁶ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (Pearson Education, London, 2016), hlm. 35

¹⁷ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (Bandung: Andi, 2015), 76.

¹⁸ Kotler Philip. *Manajemen Pemasaran*. (Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Terjemahan. (Jakarta: PT. Prehallindo, 2010), 138.

		dengan jasa atau layanan (over all satisfaction with service). ¹⁹	
--	--	--	--

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Ketelitian terhadap pengukuran sangat di perlukan untuk menjadikan penelitian yang dilakukan agar dapat memenuhi kriteria sebagai penelitian ilmiah. Maka terdapat 2 syarat harus dipenuhi agar mendapatkan hasil pengukurann yang tepat:

1. Uji Validitas Instrumen

Uji Validitas instrumen diartikan sebagai instrumen pengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Kuisisioner dapat dinilai valid apabila pertanyaannya dapat menjelaskan sesuatu yang akan ditaksir. Uji signifikasi diterapkan dengan cara membandingkan antara nilai r hitung dengan r tabel untuk mengetahui hasil dari *degree of freedom (df) = n-2* (n merupakan jumlah sampel). Jika nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel serta mempunyai hubungan positif maka pertanyaan kuisisioner tersebut dianggap valid. Penjelasan lain, bahwa apabila suatu pertanyaan dikatakan valid dikarenakan memiliki korelasi positif dan signifikan antara skor item pertanyaan dengan skor total variabel.²⁰

2. Uji Realibilitas Instrumen

Reliabilitas merupakan teknik untuk menaksir kuesioner yang dijadikan sebagai indikator variabel. Kuesioner dianggap reliabel, apabila terdapat pernyataan yang konsisten.²¹

Pada penelitian ini, uji reliabilitas diuji menggunakan aplikasi SPSS dan di uji dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Persyaratan instrument dianggap reliabel, apabila nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$. Begitupun sebaliknya.

¹⁹ Supranto., *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), 231

²⁰ Wiratna Sujarweni, *Metodeologi Penelitian Bisnis & Ekonomi Bisnis*, 157-158.

²¹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015), 100.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Data yaitu hasil atau kesimpulan yang diperoleh dengan menghitung nilai variable pada sampel (atau populasi).²² Sumber data biasanya diklasifikasikan menjadi dua jenis:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang berasal dari responden melalui kuesioner, ataupun mengenai hasil wawancara dengan informan.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang berasal dari catatan penting, informasi dalam buku, dan majalah berbentuk laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku, dan lain sejenisnya.²³

2. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Angket

Pada penelitian ini peneliti memilih metode kuesioner. Kuesioner merupakan kumpulan pertanyaan dalam bentuk tertulis agar di tanggap oleh responden, supaya diperoleh data lapangan untuk menyelesaikan masalah penelitian dan menguji hipotesis penelitian.²⁴ Biasanya kuesioner yang dibagikan kepada calon responden merupakan kuesioner yang berbentuk pertanyaan ataupun berbentuk pernyataan tertutup/terbuka.²⁵ Kuesioner tersebut diukur menggunakan skala likert. Berikut penjelasan penetapan skala likert dimana memberikan skor 1-5 item pilihan, yaitu:²⁶

Tabel 3.1.
Alternatif Jawaban Responden

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

²² Mudjarat Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta : AMP YKPN, 2001), 23.

²³ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 88.

²⁴ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2005), 127.

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 199.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 86.

Sumber: Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*.

b. Metode Wawancara

Merupakan tahap penggalan informasi dengan memberikan rangkaian pertanyaan secara lisan serta berhadapan secara langsung dengan narasumber untuk kebutuhan penelitian.²⁷

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan rekaman kejadian yang sudah terlewat. Tulisan, gambar, atau karya monumental merupakan contoh dari dokumen.²⁸

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Peneliti menggunakan uji normalitas guna meneliti dalam model regresi terjadi persebaran normal antara variabel dependen dan variabel independen. Uji normalitas dijadikan sebagai salah satu ketentuan dalam pengujian uji parametrik.²⁹

2. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas terlihat jika *residual*/kesalahan pada model yang di amati tidak mempunyai bentuk lain yang constant antar observasi. Yang berarti terdapat perbedaan *realibilitas* pada setiap penelitian, dikarenakan terdapat perbedaan pada kondisi latar belakang. Heteroskedastisitas banyak ditemukan pada data silang tempat daripada runtut waktu dan juga banyak ditemukan dalam analisis yang menggunakan data rata-rata.³⁰

Dilihat pada grafik plot antara nilai prediksi *ZPRED* dengan residual *SRESID* kita bisa mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas. Deteksi mengenai terjadinya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan memperhatikan pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED*, dimana sumbu Y merupakan Y yang sudah diperkirakan, sedangkan sumbu X merupakan sisa hasil yang sudah di *studentized*. Apabila terlihat pola yang acak serta tidak terdapat titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 87.

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 88.

²⁹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 106.

³⁰ Mudjarat Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, 112.

Y pada grafik, maka dipastikan model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.³¹

3. Uji Time Series (Kointegrasi)

Data *time series* yang tidak *stasioner* sering menghasilkan regresi lancung. Regresi lancung terjadi jika koefisien determinasi cukup tinggi tetapi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen tidak memiliki makna. Hal tersebut terjadi karena data *time series* hanya menunjukkan trend saja, sehingga koefisien determinasi yang tinggi bukan karena adanya hubungan antar variabel yang digunakan.

Apabila data yang *non stasioner* telah ditransformasi menjadi data *stasioner*, selanjutnya bisa dilakukan pengujian kointegrasi. Uji kointegrasi merupakan uji ada tidaknya hubungan jangka panjang antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian kointegrasi dalam penelitian ini menggunakan *Johansen Cointegration Test*.³²

4. Uji Multikolinearitas

Agar dapat mengetahui ada dan tidaknya kemiripan antar variabel independen pada satu model, maka peneliti harus menguji melalui uji multikolinearitas. Korelasi yang kuat akan muncul apabila terdapat kemiripan antar variabel independen. Multikolinearitas tidak akan terjadi apabila VIF yang dihasilkan diantara 1-10.³³

H. Teknik Analisis Data

Tujuan peneliti yaitu untuk mengetahui Pengaruh *Service Quality, Price Fairness Dan Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna jasa *Go-Food* Indonesia (Studi Pada Pelanggan *Go-Food* di Demak), penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif. Berikut urutan analisis data yang akan dilakukan:

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda berguna sebagai alat pemrediksi mengenai keadaan (naik turunnya) variabel dependen, apabila 2 atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi.³⁴ Analisis ini ditujukan agar mengetahui terdapat

³¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 139.

³² Mudjarat Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, 106.

³³ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 234.

³⁴ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 123.

pengaruh antara variable *Service Quality*, *Price Fairness* dan *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna jasa *Go-Food* Indonesia (Studi Pada Pelanggan *Go-Food* di Demak). Penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda:

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

Dimana:

Y = *Customer Satisfaction*

a = Konstanta

X_1 = *Service Quality*

X_2 = *Price Fairness*

X_3 = *Product Quality*

b_1 = Koefisien Regresi Variabel *Service Quality*

b_2 = Koefisien Regresi Variabel *Price Fairness*

b_3 = Koefisien Regresi Variabel *Product Quality*

e = Pengganggu (*error*)

2. Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Guna mengetahui pengaruh satu variabel penjelas secara individual menjelaskan variasi variabel, peneliti menggunakan uji statistik t. Berikut adalah rumus untuk mengetahui uji signifikansi individual :

$$t = \frac{b_1}{sb_1}$$

Dimana:

b_1 =Nilai koefisien variabel *independen* (variabel X)

sb_1 =Nilai standart *error* dari variabel *independen* (variabel X)

Sehingga kesimpulan yang dapat diambil apabila dilihat dari signifikansi, dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- Tingkat signifikansi lebih dari 0.05: maka H_0 ditolak
- Tingkat signifikansi kurang dari 0.05: maka H_0 diterima.³⁵

3. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji F ditujukan untuk mencari tahu apakah terdapat pengaruh secara simultan antara variabel dependen dengan variabel *independen* pada penelitian ini. Pengujian Hipotesis nol (H_0) disini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat kesamaan dengan nol pada semua parameter yang akan diuji atau:

³⁵ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, 218-219.

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Maksudnya, jika suatu variabel bebas tidak menjadi penjelas yang signifikan untuk variabel terikat. Hipotesis alternatifnya (H_a), tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Yang memiliki maksud, secara simultan seluruh variabel bebas dianggap sebagai penjelas signifikan kepada variabel terikat.³⁶

4. Koefisien Determinasi

Adanya koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui model regresi mampu menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien dari determinasi yaitu antara angka 0 dan 1. Nilai yang dekat 1 dapat diartikan bahwa variabel independen menyampaikan banyak informasi yang diperlukan untuk memperkirakan variasi variabel *dependen*.³⁷

³⁶ Mudjarat Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, 98.

³⁷ Mudjarat Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, 100.