

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*), karena peneliti terlibat langsung di lapangan. *Field research* yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung mencari data di lapangan yang menjadi objek penelitian.¹ Dalam penelitian ini yang akan diamati adalah pengaruh inovasi produk, kreativitas dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen batik tulis bakaran Yuliati Warno.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel lain dengan syarat utamanya adalah sampel yang diambil harus representatif (dapat mewakili).² Subjek penelitian ini adalah inovasi produk, kreativitas, kualitas produk batik tulis. Objek penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk batik tulis Yuliati Warno Langgenharjo Juwana.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian yang dimaksud adalah subjek dari mana data diperoleh. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

1. Data primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan seperti hasil pengisian kuesioner atau hasil wawancara.³ Data primer diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Sedangkan responden yang menjawab daftar kuesioner (*instrumen*) tersebut adalah konsumen batik tulis Bakaran Yuliati Warno.

¹ Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 55.

² Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Press, 2015), 5.

³ Sudjarwo dan Basrowi, *Manajemen Penelitian Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 2009), 104.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah dari pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁴ Data sekunder dalam hal ini peneliti mendapatkannya dari dokumen, arsip, buku-buku literatur, dan media alternatif lainnya yang ada hubungannya dengan pembahasan penelitian ini. Data-data ini diperoleh dari dokumentasi, pengamatan di industri batik tulis Yuliati Warno, buku-buku dan jurnal penelitian yang mendukung bagi penelitian ini.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang tetapi objek dan benda-benda alam lain. Populasi juga bukan sekedar yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti itu.⁵

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli ataupun memesan batik tulis di industri batik Yuliati Warno, berdasarkan data pada bulan Juli 2018 sampai bulan Desember 2018 dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jumlah Konsumen yang Membeli dan Memesan Batik Tulis di Yuliati Warno Bulan Juli – Desember 2019

No	Bulan	Jumlah
1	Juli	196
2	Agustus	187
3	September	154
4	Oktober	128
5	November	93
6	Desember	76
Jumlah		834

Sumber data: arsip batik tulis Yuliati Warno, 2018

⁴ Sudjarwo dan Basrowi, *Manajemen Penelitian Sosial*, 105.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), 115.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁶ Penelitian ini menggunakan metode *Random Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.⁷

Penetapan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Solvin* dengan penjelasan sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

e = presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel (10% atau $e = 0,1$)⁸

Sehingga jumlah sampel yang diambil sebesar:

$$n = \frac{834}{1 + 834 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{834}{9,34}$$

$$n = 89,30 / 90$$

Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 90 responden.

D. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, yang kemudian ditarik kesimpulannya.⁹ Macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terkait).¹⁰ Dalam penelitian ini variabel

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta, 2013), 118.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 120.

⁸ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta:Andi Offset,2009), 100.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 58.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 59.

independen (X) yaitu terdiri dari X1, X2 dan X3 dengan rincian X1 adalah inovasi produk, X2 adalah kreativitas dan X3 adalah kualitas produk.

2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terkait. Variabel terkait merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena variabel bebas.¹¹ Dalam penelitian ini variabel dependennya (Y) adalah kepuasan konsumen.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah alat untuk mengukur suatu variabel atau dapat dikatakan petunjuk pelaksanaan bagaimana mengukur variabel.

Dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
1.	Inovasi Produk (X1)	inovasi produk bukan hanya merupakan bentuk dari penciptaan produk baru yang dihasilkan perusahaan, namun dapat diartikan pula sebagai peningkatan mutu (baik dari segi bahan baku, bentuk fisik ataupun kemampuan) barang yang sebelumnya sudah pernah dipasarkan. ¹²	Keunggulan Relatif (<i>relative advantage</i>)	1. Produk motif kreasi batik lebih unggul dari sebelumnya.
			Kesesuaian (<i>compability</i>)	1. Produk dianggap memiliki nilai-nilai yang ada dalam masyarakat.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 59.

¹² Wawan Dhewanto, dkk., *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil*, 105.

			Kerumitan (<i>complexity</i>)	1. Pembuatan produk dianggap sulit dan rumit
			Sifat dapat diamati (<i>Observability</i>)	1. Kemudahan mengamati proses pembuatan produk
2.	Kreativitas (X2)	Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara dalam melihat masalah dan peluang. ¹³	Pengetahuan (<i>Knowledge</i>)	1. Pengrajin batik mengetahui Proses pembuatan produk hasil inovasi.
			Kemampuan Berfikir (<i>Thinking</i>)	1. Membuat batik dengan motif kombinasi baru.

¹³ Thomas W.Zimmer, dkk., *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* Edisi 5, 57.

			Motivasi yang dimiliki seseorang (<i>Personal Motivation</i>)	1. Pengrajin termotivasi untuk membuat desain batik yang baru.
			Lingkungan yang mendukung (<i>Environment</i>)	1. Pengrajin dapat menyalurkan ide ide baru.
			Kesadaran diri sendiri (<i>An explicit decision</i>)	1. Ide kreatif sesuai kesadaran sendiri
3.	Kualitas produk (X3)	Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. ¹⁴	Kinerja (<i>performance</i>)	1. Manfaat penggunaan produk.
			keistimewaan (<i>Feature</i>)	1. Produk memiliki ciri khas daerah Bakaran
			Keandalan (<i>reability</i>)	1. Produk yang dibuat mempunyai kinerja yang konsisiten.

¹⁴ M Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)* Edisi kedua (Bogor: Galia Indonesia, 2010), 2.

			Konfirmasi (<i>Conformance</i>)	1. Kesesuaian desain dengan keinginan konsumen
			Daya tahan (<i>Durability</i>)	1. Produk yang dihasilkan tidak cepat rusak.
			Pelayanan (<i>Service</i>)	1. Pelayanan saat membeli produk
			Estetika (<i>aesthetics</i>)	1. Produk yang memiliki daya tarik dan bernilai indah dimata konsumen (selera).
			Persepsi kualitas (<i>perceived quality</i>)	1. Reputasi (<i>brand name-image</i>) produk yang ditampilkan.
4.	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. ¹⁵	Kesesuaian harapan	1. Kesesuaian antara kinerja batik dengan yang dirasakan konsumen.

¹⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, terj. Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2008), 138.

			Niat berkunjung kembali	1. melakukan pembelian ulang produk batik.
			Kesediaan merekomnda sikan	1. konsumen bersedia merekomenda sikan produk batik tulis.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data-data penelitian, peneliti menggunakan beberapa teknik atau metode pengumpulan data, yaitu:

1. Metode Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila diketahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan oleh responden.¹⁶ Dalam penelitian ini yang menjawab kuesioner adalah konsumen batik tulis Bakaran Yuliati Warno.

Angket didesain dengan pertanyaan terbuka, yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan lainnya. Pertanyaan ini digunakan untuk menganalisis jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan tertutup. Metode *survey* didesain dengan menggunakan skala *likert*, dimana skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif dan diberikan skor sebagai berikut:¹⁷

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 199.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 134-135.

Tabel 3.3
Skala Perbandingan

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 2014.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.¹⁸

Metode dokumentasi ini penulis gunakan sebagai data pelengkap dalam menggali informasi mengenai konsumen batik tulis “Yuliati Warno” yang berupa nota penjualan batik, foto proses pembuatan batik dan lain sebagainya.

3. Metode Wawancara

Wawancara adalah usaha untuk mengumpulkan informasi dengan mengajukan pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Wawancara ini bertujuan mendapatkan informasi secara langsung.¹⁹

G. Uji Validitas dan Reliabelitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah ketetapan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur.²⁰ Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur.²¹ Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Sedangkan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen dari masing-masing variabel, maka dengan *degree of freedom* ($df = n-k-1$), dalam hal

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 329.

¹⁹ Willy Abdillah dan Jogyanto Hartanto, *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 56.

²⁰ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 90.

²¹ Masrukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS* (Kudus: Media Ilmu, 2008), 20.

ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk dengan α 0.05. Jika r hitung lebih besar daripada r tabel dan berkorelasi positif, maka variabel tersebut dikatakan valid.²²

2. Uji Reliabelitas

Uji reliabelitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel suatu konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu-kewaktu. Untuk melakukan uji reliabelitas dapat digunakan SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel, maka nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,06 dan sebaliknya jika *Cronbach Alpha* di ketemuan angka koefisien lebih kecil (<0,06), maka dikatakan tidak reliabel.²³

H. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi, terlebih dahulu melakukan pengujian sebagai berikut:

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *Cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10. Sehingga sebuah penelitian yang baik dan dikatakan lulus uji multikolinieritas, jika hasil output SPSS pada kolom *tolerance* menunjukkan nilai lebih dari 0,10 dan atau nilai *variance inflation factor* (VIF) dibawah angka 10.²⁴

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang:Badan Penerbit Undip,2008),135.

²³ Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 97-98.

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 105-106.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah sumbu Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y. Maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu model regresi.²⁵

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model data regresi, variabel terkait dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal. Cara termudah untuk melihat normalitas residual dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.²⁶

I. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara hubungan dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing – masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu inovasi produk (X_1), kreativitas (X_2), dan kualitas produk (X_3) dengan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel dependen (kepuasan konsumen)

X_1 = Variabel independen (inovasi produk)

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 139.

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 160-161.

- X2 = Variabel independen (kreativitas)
 X3 = Variabel independen (kualitas produk)
 a = Konstanta (nilai Y apabila X1,X2,X3 = 0)
 b1, b2, b3 = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)
 e = Standar error²⁷

2. Uji Signifikansi Parameter Parsial (uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X1,X2,X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Rumus t hitung adalah sebagai berikut:

$$T \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

b_i = Koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = Standar error variabel i

Dengan menggunakan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$) dan df (n-k-1).

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika t hitung < t tabel dan nilai $\alpha \geq 0,05$ maka H₀ diterima dan H₁ ditolak.

Jika t hitung > t tabel dan nilai < 0,05 maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.²⁸

3. Uji Signifikansi Parameter Simultan (uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1,X2,X3). Secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). F hitung dapat diketahui dengan rumus:

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

Keterangan :

R² = koefisien determinasi

n = jumlah data atau kasus

k = jumlah variabel dependen

Dengan menggunakan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$), df 1 (jumlah variabel-1) dan df (n-k-1). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dengan ketentuan:

Jika F hitung > F tabel maka H₀ diterima.

Jika F hitung \leq F tabel maka H₀ ditolak.²⁹

²⁷ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 61.

²⁸ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 68-69.

²⁹ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 67.

4. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentase variasi variabel dependen. R^2 (RSquare) sama dengan 0 (nol), maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.³⁰



³⁰ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 66.