

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yang dilakukan didalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realitas apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu.<sup>1</sup> Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.<sup>2</sup>

##### 2. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.<sup>3</sup>

Dalam penelitian kuantitatif atau positivistik, yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa sesuatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungkan gejala bersifat kasual (sebab akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja.<sup>4</sup> Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan

---

<sup>1</sup>Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2005), 14.

<sup>2</sup>Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta, Pustaka Belajar, 1997), 5.

<sup>3</sup>Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 5.

<sup>4</sup>Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 63.

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>5</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli/ konsumen yang pernah membeli di Mandiri Furniture di Kudus yang jumlahnya tidak diketahui.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sampel sampling jenuh yang terdapat di *Non-Probability Sampling*. “Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.”

Pengambilan sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut<sup>6</sup> :

$$n = \frac{Z_1 - \alpha/2P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan

n = Sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 196

p= Maksimal estimasi=0,5

d=alpha(0,10) atau sampling error=10%

Sehingga perhitungan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi } 96 \text{ orang}$$

Adapun Sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 orang

<sup>5</sup> Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 60.

<sup>6</sup> Stanley Lemeshow, David W. Hosmer, *Besarnya Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, (Yogyakarta: Gajahmada University Press, 2006), 2

### C. 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, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>7</sup> Jadi yang dimaksud dengan variabel penelitian dalam penelitian ini adalah segala sesuatu sebagai objek penelitian yang ditetapkan dan dipelajari sehingga memperoleh informasi untuk menarik kesimpulan. Variabel penelitian dalam penelitian kuantitatif dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Variabel bebas (*independen variable*)

Variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Variabel bebas (X) pada penelitian ini kualitas produk, desain, harga

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

---

<sup>7</sup> Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 77

#### D. Definisi Operasional

Tabel 3.1.

##### Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
1	Kepuasan Konsumen	Kepuasan adalah tanggapan pelanggan terhadap terpenuhinya kebutuhannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepuasan terhadap kualitas</li> <li>2. Kepuasan terhadap harga</li> <li>3. Kepuasan terhadap layanan</li> <li>4. Kepuasan keseluruhan pelanggannya.<sup>8</sup></li> </ol>	Skala likert 5 <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sangat Setuju</li> <li>2. Setuju</li> <li>3. Netral</li> <li>4. Tidak Setuju</li> <li>5. Sangat Setuju</li> </ol>

<sup>8</sup> Mohammad Rizan dan Yogha Anjarestu, Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Majalah Info Bekasi (Studi Kasus PT. SIBK), *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 4, No.1 (2013), 81.

2	Desain	Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. <sup>9</sup>	Indikatornya meliputi 1. Model 2. Gaya yang menarik 3. Variasi 4. <i>Up to date</i> <sup>10</sup>	Skala likert 5 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Setuju
---	--------	--	---	---

<sup>9</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Jilid 2. (Jakarta: Erlangga, 2009), 10.

<sup>10</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, 17.

3	<p>Harga</p>	<p>Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.<sup>11</sup></p>	<p>Ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu,<sup>12</sup></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Daya saing harga,</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan produk kualitas</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk</li> </ol>	<p>Skala likert 5</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sangat Setuju</li> <li>2. Setuju</li> <li>3. Netral</li> <li>4. Tidak Setuju</li> <li>5. Sangat Setuju</li> </ol>
---	--------------	--	---	---

<sup>11</sup> William J. Stanton, *Prinsip Manajemen Edisi Ketujuh* Jilid 1, terj. Yohanes Lamarto, (Jakarta: Erlangga, 1985), 308.

<sup>12</sup> William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, jilid 1, Edisi 7, (Jakarta: Erlangga, 1998), 98.

4	Kualitas Produk	Kualitas mempunyai hubungan yang sangat erat dengan sikap konsumen, dimana kualitas produk memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. <sup>13</sup>	Indikatornya meliputi 1) Bentuk 2) Fitur ( <i>Feature</i> ) 3) Mutu Kinerja 4) Mutu Kesesuaian ( <i>Conformance Quality</i> ) 5) Daya Tahan ( <i>Durability</i> ) <sup>14</sup> 6) Keandalan	Skala likert 5 1. Sangat Setuju 2. Setuju 3. Netral 4. Tidak Setuju 5. Sangat Setuju
---	-----------------	---	--	---

<sup>13</sup> Fandy, Tjiptono. *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Utama, 2000), 54.

<sup>14</sup> Philip & Kotler, *Manajemen pemasaran* ( edisi 12), ( Jakarta : PT Indeks, 2008), 9-11.

## E. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian itu terbagi menjadi dua<sup>15</sup>:

### 1. Sumber data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber data utama yang digunakan peneliti untuk mencari data di tempat penelitian yaitu pada Mandiri Furniture. Dalam penelitian ini data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuisoner kepada konsumen Mandiri Furniture.

### 2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain tidak langsung diperoleh oleh Peneliti dari subjek penelitian. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang tersedia. Untuk memperoleh data ini peneliti mengambil sejumlah buku-buku, brosur, website, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini

## F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian, metode yang digunakan adalah dengan kuesioner tertutup. Instrument kuesioner harus diukur validitas dan reabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliable.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengamatan langsung dalam penelitian melalui pertanyaan-pertanyaan langsung kepada responden, wawancara merupakan alat

---

<sup>15</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Cet. 22, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 4.



pengumpulan data untuk memperoleh informasi langsung. Wawancara disini ditujukan kepada konsumen Mandiri Furniture. Wawancara dilakukan untuk melengkapi data yang tidak terdapat pada kuesioner, sedangkan wawancara pada pihak manajemen untuk mengetahui sejauh mana Periklanan dan Publisitas yang telah dilakukan.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum instrumen penelitian digunakan maka terlebih dahulu diadakan uji validitas dan reliabilitas:

### 1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan mengukur apa yang seharusnya diukur pengujian validitas dilakukan dengan analisis faktor, dimana menurut Sugiyono adalah dengan mengkorelasikan antar skor item instrumen dalam satu faktor, dan mengkorelasikan skor faktor dengan skortotal. Adapun kriteria yang harus dipenuhi untuk menilai validitas instrumen tersebut adalah sebagai berikut:<sup>16</sup>

Adapun validitas soal adalah sebagai berikut

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi tiap soal

$N$  = banyak subjek

$\sum x$  = jumlah skor item

$\sum y$  = jumlah skor total

$\sum x^2$  = jumlah kuadrat skor item

$\sum y^2$  = jumlah kuadrat skor total

$\sum xy$  = jumlah perkalian skor item dengan skor total

Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan dinyatakan valid.

---

<sup>16</sup>Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2010, hlm. 172

2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Atau

1) Jika Sig  $> 0,05$  maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

2) Jika Sig  $< 0,05$  maka pertanyaan dinyatakan valid.

Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan Software SPSS (*Statistic Package and Social Science*) 16.0 for Windows.

## 2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengujian Reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan internal *consistency*, dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu.<sup>17</sup>

Suatu kuisisioner disebut reliabel atau handal jika jawaban-jawaban seseorang konsisten.<sup>18</sup> Untuk uji reliabilitas instrumen, digunakan rumus Alpha dari *Cronbach*.<sup>19</sup> sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$\alpha$  = reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir

$\sigma_t^2$  = Varian total

Kriteria pengujiannya yaitu:

a) jika nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,600$  maka dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini adalah reliabel/ handal.

<sup>17</sup>Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 185.

<sup>18</sup>Setiaji, Bambang, 2004, *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*, (Surakarta: Program Pascasarjana UMS), 60.

<sup>19</sup>Umar Husein, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Raja Garfindo, 2005), 60.

- b) jika nilai *Cronbach Alpha*  $\leq 0,600$  maka dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini adalah tidak reliable/ tidak handal.

Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan Software SPSS (*Statistic Package and Social Science*) 16.0 for Windows.

## H. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian asumsi klasik terdiri dari 3 pengujian yaitu normalitas, multikolinieritas dan heterokedastisitas.

Adapun beberapa tahap uji antara lain:

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot. Pada grafik normal plot, dengan asumsi:<sup>20</sup>

- a. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan /atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah

---

<sup>20</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 112.

dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas.<sup>21</sup>

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :<sup>22</sup>

- a. Mempunyai angka *Tolerance* diatas ( $>$ ) 0,1
- b. Mempunyai nilai VIF di di bawah ( $<$ ) 10

### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$ . Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang menggunakan titik kritis, yaitu batas bawah ( $dl$ ) dan batas atas ( $du$ ). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *Intercept* (konstanta) dalam model

<sup>21</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, 105.

<sup>22</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, 92.

regresi, serta tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas.

Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:<sup>23</sup>

**Tabel 3.2**  
**Autokorelasi**

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No desicison	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	No desicison	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

**I. Analisis Data**

**1. Persamaan Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan pengaruh dua atau lebih variabel prediktor (variabel bebas) terhadap satu variabel kriterium (variabel terikat) atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y).<sup>24</sup>

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

a = konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = koefisien regresi

Y = Variabel Kepuasan Konsumen

$X_1$  = Variabel Desain

$X_2$  = Variabel Harga

$X_3$  = Variabel Kualitas Produk

e = error

<sup>23</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, 100.

<sup>24</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, 114.

## 2. Pengujian Hipotesis

### a. Uji-t (Signifikansi Parameter Parsial)

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara  $T_{hitung}$  dan  $T_{tabel}$  dengan ketentuan:

$T_{hitung} > T_{tabel} = H_0$  ditolak (ada pengaruh)

$T_{hitung} < T_{tabel} = H_0$  diterima (tidak ada pengaruh)

### b. Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F.

Kesimpulan diambil dengan melihat  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan:

1)  $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$  ditolak (ada pengaruh)

2)  $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$  diterima (tidak ada pengaruh)

### c. Menghitung Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung semakin besar, hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerapkan variasi variabel tergantung.<sup>25</sup>

Adapun rumus koefisien determinasi yaitu:

---

<sup>25</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, 44.

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi.

$r^2$  = Koefisien korelasi

Dalam penelitian ini, untuk mengolah data digunakan alat bantu SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

