

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya hanya salah satu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran penelitiannya.¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam, kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen CV. Dua Merpati Kudus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas, suatu obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³ Populasi (*universe*) merupakan totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu yang diteliti sebagai bahan penelitian. Sedangkan sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa konsumen populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak

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

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 13.

³ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2005), 55.

kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh konsumen populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.⁴ Penelitian kali ini populasinya adalah konsumen CV. Dua Merpati Kudus yang berjumlah 78 responden yang diperoleh dari data rata-rata pembeli dalam 1 bulan.

Sedangkan sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling* jenuh, yaitu teknik pengambilan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.⁵ Total sampel yang digunakan adalah 78 responden.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian merupakan objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.⁶ Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah etika bisnis Islam, kualitas pelayanan dan keragaman produk serta 1 (satu) variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

D. Variabel Operasional

Untuk menguji hipotesis dan mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini serta untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman atau perbedaan pandangan dalam mendefinisikan perbedaan variabel yang dianalisis, maka perlu adanya definisi operasional. Definisi operasional dari variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut :

⁴ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2006), 223.

⁵ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), 60.

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 161.

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Etika bisnis Islam (X1)	Menurut Tanjung, etika bisnis Islam adalah prinsip-prinsip moral dalam bisnis yang menerangkan mana yang boleh dan mana yang tidak boleh dilakukan. ⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjual produk yang halal 2. Tidak memanipulasi takaran 3. Ramah 4. Tidak merusak lingkungan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan menjual produk jajanan ringan yang halal. 2. Perusahaan tidak memanipulasi takaran timbangan jajanan ringan. 3. Perusahaan melayani pembeli dengan ramah. 4. Perusahaan memproduksi jajanan ringan 	<i>Likert</i>

⁷ Tanjung dalam Risma Nur Maulidya, dkk, "Pengaruh Etika Bisnis Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor," *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 11, no. 2 (2019): 224.

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
			dengan tidak merusak lingkungan. ⁸	
Kualitas Pelayanan (X2)	Menurut Nasution, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. ⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik (<i>Tangible</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Emphaty</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan mudah dijangkau dan strategis. 2. Perusahaan dapat diandalkan karena memproduksi jajanan ringan yang beragam. 3. Karyawan perusahaan cepat tanggap dalam melayani permintaan 	<i>Likert</i>

⁸ Risma Nur Maulidya, dkk, "Pengaruh Etika Bisnis Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor," *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 11, no. 2 (2019): 224.

⁹ Nasution dalam Dinda Syahri, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Karibia Seafood Medan," 110.

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
			konsumen. 4. Perusahaan menerima retur barang yang rusak. 5. Karyawan perusahaan Kudus berempati dengan memperhatikan konsumen saat membeli produk jajanan. ¹⁰	
Keragaman Produk (X3)	Menurut Kotler dan Keller, keragaman produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar	1. Ukuran produk yang beragam 2. Jenis produk yang beragam	1. Perusahaan memproduksi jajanan ringan dengan ukuran produk yang	<i>Like rt</i>

¹⁰ Hendro Yuwono dan Syamswana Yuwana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King di Malang”, *Jurnal Ekonomi Manajemen Vol. 2, no. 1* (2017): 336.

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
	untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. ¹¹	3. Bahan produk yang beragam	beragam. 2. Perusahaan memproduksi produk yang beragam misal marning jagung, keripik jagung dan lain-lain. 3. Perusahaan memproduksi jajanan dengan bahan baku yang beragam misalnya dari jagung	

¹¹ Kotler dan Keller dalam Meilaty Finthariasari, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* vol. 8, no. 2 (2020): 153.

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
			dan ketela. ¹²	
Kepuasan Konsumen (Y)	Menurut Kotler dan Armstrong, kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. ¹³	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Fulfillment</i> 2. <i>Pleasure</i> 3. <i>Ambivalence</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen merasa puas membeli di perusahaan karena kebutuhan konsumen pada produk jajanan terpenuhi. 2. Konsumen merasa senang dan puas membeli di perusahaan. 3. Konsumen merasa puas membeli 	<i>Likert</i>

¹² Meilaty Finthariasari, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* vol. 8, no. 2 (2020): 153.

¹³ Kotler dan Armstrong dalam Eka Kiki Febriana, dkk, “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Makan Bu Sur)”, *Jurnal Manajemen* vol. 2, no. 3 (2017): 3.

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
			di perusahaan karena produk jajanan sesuai dengan harapan konsumen. ¹⁴	

Sumber: Pengembangan hasil riset Tanjung¹⁵, Nasution¹⁶, Kotler dan Keller¹⁷, serta Kotler dan Armstrong¹⁸, diolah tahun 2020.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Angket

Dalam metode angket didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), di

¹⁴ Eka Kiki Febriana, dkk, “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Makan Bu Sur)”, *Jurnal Manajemen* vol. 2, no. 3 (2017): 3.

¹⁵ Tanjung dalam Risma Nur Maulidya, dkk, “Pengaruh Etika Bisnis Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor,” *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 11, no. 2 (2019): 224.

¹⁶ Nasution dalam Dinda Syahri, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Karibia Seafood Medan,” 110.

¹⁷ Kotler dan Keller dalam Meilaty Fintariasari, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* vol. 8, no. 2 (2020): 153.

¹⁸ Kotler dan Armstrong dalam Eka Kiki Febriana, dkk, “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Makan Bu Sur)”, *Jurnal Manajemen* vol. 2, no. 3 (2017): 3.

mana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1). Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan responden.

2. Metode Observasi

Kegiatan observasi yang dilakukan peneliti meliputi pengamatan langsung oleh peneliti dilokasi penelitian yaitu mengamati kondisi fisik CV. Dua Merpati Kudus. Dalam penelitian ini jenis observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi terus terang atau tersamar. Dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan terus terang, maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life historic*), biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.¹⁹

Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.²⁰ Metode dokumentasi diambil dari data yang ada pada CV. Dua Merpati Kudus meliputi struktur organisasi, proses produksi, flowcart, produk perusahaan, dan sejarah perusahaan dan lain sebagainya.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrument pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas kuesioner adalah sejauh mana kuesioner ini mampu mengukur kepuasan pelanggan. Untuk melakukan uji validitas, metode yang kita lakukan adalah dengan mengukur korelasi antara butir-butir pertanyaan

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 82.

²⁰ Sugiyono, 422.

dengan skor pertanyaan secara keseluruhan.²¹ untuk mengetahui tingkat validitas instrumen dari masing-masing variabel, maka dengan *degree of freedom* (df)=n-k, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk dengan alpha 0,05. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.²²

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.²³ Pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, bila koefisien $\alpha > 0,60$ maka instrumen dikatakan handal.

2. Deskriptif Statistik

Dalam statistik deskriptif ini, akan dikemukakan cara-cara penyajian data, dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang, diagram lingkaran, piktogram, penjelasan kelompok melalui modus, median, mean dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku.²⁴

²¹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS Untuk Pemula*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2017), 88.

²² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2018), <https://doi.org/10.1177/107049659800700202>.

²³ Imam Ghazali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: BP Undip, 2015), 41.

²⁴ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, 21.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Berdasarkan *normal probability plot* jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. 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 diatas 10.²⁵

c. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.

²⁵ Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, 91.

Tabel 3.2
Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Syarat
Tidak ada autorekolasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autorekolasi positif	Tidak ada keputusan	$dl < d < du$
Tidak ada autorekolasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4 - du$
Tidak ada autorekolasi negatif	Tidak ada keputusan	$4 - du < d < 4 - dl$
Tidak ada autorekolasi positif/negatif	Terima	$Du < d < 4 - du$

d. Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).²⁶

Jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

²⁶ Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, 105.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan regresi ganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

y = kepuasan konsumen

a = Konstanta

$b_1 b_2 b_3$ = Koefisien regresi

x_1 = Etika Bisnis Islam

x_2 = Kualitas Pelayanan

x_3 = Keragaman Produk

e = Standar error

b. Uji t 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.²⁷

Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut :

- 1) $H_0 : b_i = b_1 = b_2 = b_3 \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang nyata antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) $H_0 : b_i = b_1 = b_2 = b_3 < \neq 0$, artinya ada pengaruh bermakna antara variabel independen terhadap variabel dependen.

²⁷ Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, 74.

Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% kemudian dibandingkan dengan t hitung :

- 1) Apabila nilai t hitung $< t$ tabel maka H_0 ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji signifikansi dan parameter individual dilakukan dengan uji statistik t . Kesimpulan diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:

$\alpha > 5$ persen : tidak mampu menolak H_0

$\alpha < 5$ persen : menolak H_0

Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara parsial mampu memberikan penjelasan terhadap variasi pada variabel tergantungnya, atau dengan kata lain bahwa model analisis yang digunakan adalah sesuai dengan hipotesis.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergantung. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dalam menjelaskan variasi variabel dependen

amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²⁸



²⁸ Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, 83.