

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Sebagian tipe metode riset bisa dikelompokkan bersumber pada tujuan serta tingkatan kealamiah (*natural setting*) objek yang di teliti oleh periset. Bersumber pada tujuan, metode riset bisa dikelompokkan jadi riset dasar (*basic research*), riset terapan (*applied research*) serta riset pengembangan (*research and development*). Berikutnya berdasarkan tingkatan kelamiah, metode riset bisa dikelompokkan jadi metode riset survei, eksperimen serta naturalistik.¹

Kategori serta pendekatan riset yang dipakai yakni dengan riset lapangan serta pendekatan kuantitatif, guna melaksanakan metode riset survei. Metode riset survei ialah tata cara yang digunakan guna mendapatkan informasi dari suatu posisi yang alamiah, namun periset mengambil aksi dengan mengumpulkan informasi, semacam menyebarkan kuisisioner, test wawancara terstruktur, dll.² Perlengkapan yang dipakai periset dalam mengumpulkan informasi riset merupakan dengan kuesioner. Survei pada riset ini dilaksanakan lewat pembagian kuesioner pada konsumen SaMma Bakery Kudus.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi diartikan dengan area generalisasi berupa subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditentukan peneliti untuk diteliti dan disimpulkan.³

Secara simpel, populasi dimaksud selaku subjek yang hendak diamati pada sesuatu daerah dalam kurun waktu tertentu.

Penetapan populasi jadi target riset beserta karakteristiknya merupakan perihal yang sangat berarti saat sebelum memastikan sampel. Kejelasan kasus dalam riset ataupun membuat hipotesis yang diformulasikan sangat

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2019), 4.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 12.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 80.

berhubungan dengan penetapan target populasi tersebut. Jumlah populasi pada riset ini didapatkan dari hasil observasi yang dijalankan oleh periset.

Periset melaksanakan riset di SaMma Bakery Kudus, Jawa Tengah. Waktu penerapan riset pada bulan Juli-Agustus 2021. Periset mengambil populasi yang diambil dari anggota tim WhatsApps yang ialah pelanggan dari SaMma Bakery dengan jumlah 50 responden..

2. Sampel

Karakteristik dalam suatu populasi diwakili oleh sampel. Besarnya populasi mempengaruhi waktu, tenaga, dan biaya yang digunakan oleh peneliti, untuk mengatasi hal ini peneliti bisa mengambil ilustrasi dari populasi.⁴

Teknik sampling ini ialah teknik yang digunakan untuk mendapatkan sampel dengan menegasikan kesempatan kepada serupa kepada lainnya pada populasi yang ditentukan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh dimana populasi yang terdapat dalam suatu penelitian dianggap jenuh atau mewakili informasi yang sama. Perihal ini kerap terjalin apabila jumlah populasi yang di cermat mempunyai reputasi yang lebih kecil.⁵

Sampel juga menjadi bagian populasi. Sampel merupakan ciri dan jumlah yang terdapat dalam populasi. Sampel bisa didefinisikan selaku sembarang himpunan selaku bagian dari sesuatu populasi. Informasi yang dianalisis dalam sesuatu riset umumnya informasi dari hasil pengukuran yang diperoleh dari ilustrasi buat menanggapi persoalan riset ataupun pengujian hipotesis.⁶

Sampel yang dijadikan penelitian berjumlah 50 responden karena menggunakan metode sampel jenuh, kemudian peneliti menyebarkan kuesioner melalui *google form*.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 81.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 84.

⁶ Endang Widi Winarni, *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2018), 38-40.

C. Identifikasi Variabel

Secara teoritis, variabel bisa dijelaskan dengan atribut obyek yang memiliki keragaman antara satu dengan lainnya (Hatch serta Farhady, 1981). Variabel pula bisa dikatakan selaku atribut dari bidang keilmuan ataupun aktivitas tertentu. Variabel pada riset ini dipecah jadi 2 tipe, sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Penyebutan lain guna variabel independen ialah selaku variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. dalam bahasa indonesia kita kerap diucap selaku variabel bebas. Variabel bebas itu variabel yang pengaruhi ataupun yang jadi karena perubahannya ataupun munculnya variabel dependen (terikat). Variabel Independen yang digunakan pada riset ini ialah kualitas produk (X_1), citra merk (X_2), serta persepsi harga (X_3).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen bersinonim dengan kriteria konsekuen, variabel output, dan variabel terikat dimana variabel ini dpengaruhi atau yang menjadi akibat, sebab adanya variabel bebas. Variabel dependen yang digunakan dalam riset ini ialah kepuasan pelanggan (Y).⁷

D. Devinisi Variabel Operasional

Operasional variabel digunakan untuk menyatakan cara mengukur variabel yang terdapat pada penelitian supaya bisa dioperasionalkan. Variabel yang dikaji ialah kualitas produk (X_1), citra merek (X_2), persepsi harga (X_3), dan kepuasan pelanggan (Y).

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 38-39.

Tabel 3. 1 Variabel Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
kualitas produk (X1)	kualitas produk dapat dikatakan keunggulan produk ataupun jasa yang berada dalam diri pelanggan sehingga bisa diartikan bahwasannya penjual harus memberikan produk yang berkualitas atau pelayanan yang bisa memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan. ⁸	1. Pewarnaan	Pemilihan warna yang menarik	Likert 1-5
		2. Penampilan	produk dan kemasan sempurna	
		3. porsi	produk berukuran	
		4. bentuk	produk memiliki jenis yang beragam	
		5. temperatur	kesesuaian suhu	
		6. tekstur	Kesesuain tekstur produk	
		7. aroma	kesesuaian aroma	
		8. Rasa ⁹	Kesesuaian rasa	
citra merek (X2)	Citra merek dimaknai dengan perusahaan harus mampu bersaing dalam memperebutkan hati pelanggan, karena persaingan tidak lagi terbatas pada atribut fungsional produk seperti	1. atribut	a. Identitas merek sebagai ciri khas b. Kepribadian merek yang menjadi pembeda	Likert 1-5

⁸ Fauzian Noor, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Pt. Salim Ivomas Pratama Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro)”, *Jurnal Mitra Manajemen (JMM) Online*, 4, No. 4, (2020):585

⁹ Alvina Rahma Angraeni dan Euis Soliha, “Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)”, *Al Tijarah*, 6 No. 3, (2020) : 99

	kegunaan produk, melainkan sudah dikaitkan dengan merek yang mampu memberikan citra khusus bagi pemakainya. ¹⁰	2. faedah 3. penilaian totalitas	Asosiasi merek a. Sikap dan perilaku merek memperoleh nilai positif di mata konsumen b. Keuntungan dan manfaat yang di dapatkan	
persepsi harga (X3)	persepsi harga adalah nilai yang tercantum dalam suatu harga yang berhubungan dengan faedah serta mempunyai ataupun memakai sesuatu produk ataupun jasa.	1. Terjangkanya harga barang 2. Kecocokan harga dengan mutu produk 3. Harga saing ¹¹	Mengukur dan memilah barang sesuai dengan harga Harga dan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan Kecocokan harga dengan persaingan sehingga mendapat faedahnya	<i>Likert 1-5</i>
kepuasan pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan penilaian setelah melaksanakan pembelian, persepsi terhadap kinerja alternatif	1. Pelayanan cocok seperti keinginan pelanggann	Membuat pelanggan merasa nyaman	<i>Likert 1-5</i>

¹⁰ Indriana Kristinawati, dkk, "Citra Merek Persepsi Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada Mini Market Indomaret Lontar Surabaya", *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 6 No. 2, (2019) : 27

¹¹ Nurul Fatmawati A dan Euis Soliha, "Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic HONDA", *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10 No. 1, (2017) : 8-9

jasa atau barang yang diseleksi penuh ataupun melebihi harapan saat belum melaksanakan pembelian	ya	
	2. Konsistensi dalam menerapkan pelayanan	Memberi garansi terhadap kualitas barang
	3. Mempromosikan kepada pelanggan disekitar. ¹²	a. Service pelayanan dengan baik b. Melakukan promosi disekitar industri

E. Teknik pengumpulan data

Terdapat 2 keutamaan yang jadi pengaruh kualitas informasi hasil riset ialah kualitas instrumen riset serta kualitas pengumpulan informasi. Kualitas instrumen riset sangkut pautnya dengan validitas serta reliabilitas instrumen sebaliknya guna kualitas pengumpulan informasi berkesinambungan dengan ketepatan tata metode yang digunakan guna dalam pengumpulan informasi. Sehingga bila dilihat dari metode pengumpulan informasi, hingga metode pengumpulan informasi bisa dicoba dengan observasi, angket dan wawancara.¹³

Metode pengumpulan informasi yang dipakai oleh periset pada riset ini berasal dari angket ataupun kuesioner. Kuesioner diartikan dengan teknik dalam mengumpulkan data dengan cara membagikan suatu statmen atau persoalan tertulis pada responden agar dijawab.¹⁴

Skala pengukuran yang dipakai periset pada riset ini merupakan *skala likert* yang digunakan untuk melakukan pengukuran pada sikap responden, anggapan serta komentar responden atau kelompok orang mengenai fenomena sosial. *Skala likert* dilakukan dengan cara mengukur variabel yang

¹² Reza Akbar Pratama, Sri Rahayu Tri Astuti, “Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Go-Jek dikota Semarang), *Diponegoro Journal Of Management*, 7, No. 4, (2018) : 2

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 137

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 142

dijelaskan menjadi penunjuk variabel. Kemudian penunjuk variabel digunakan sebagai titik tolak yang mendasari pembuatan instrumen yang bentuknya adalah statemen atau soal.¹⁵ Responden akan mengisi kuesioner dengan memilih satu dari 5 opsi jawaban yang telah di siapkan. Skor skala *likert* yang digunakan dalam penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Sangat Setuju : 5 skor
2. Setuju : 4 skor
3. Ragu-Ragu/Netral : 3 skor
4. Tidak Setuju : 2 skor
5. Sangat Tidak Setuju : 1 skor

F. Teknik Analisis data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Pengujian validitas atau efektivitas yaitu ukuran yang memperlihatkan valid atau tidaknya alat (kuesioner). “Valid” artinya alat yang dipakai untuk melakukan pengukuran bisa digunakan untuk mengukur.¹⁶

Jika instrumen dapat menampilkan data variabel yang sedang dipelajari dengan benar, instrumen dianggap efektif. Metode yang dipakai untuk mengevaluasi validitas kuesioner yaitu korelasi *product-moment* (korelasi pearson) antara skor item dengan skor total, atau biasa disebut korelasi antar item.¹⁷ Jika r hitung $>$ r tabel, maka spesifikasi validitas dianggap akurat.

Uji signifikansi bisa diketahui melalui perbandingan nilai r hitung dan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n ialah total sampel.¹⁶ pertanyaan atau pernyataan dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif, tetapi apabila r hitung $<$ r tabel sehingga dikatakan tidak valid dan bernilai negatif.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 93

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 121.

¹⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0* (Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009), 95.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indikator keajegan alat ukur ketika melakukan pengukuran fenomena yang serupa.¹⁸ Uji reliabilitas digunakan untuk melihat keandalan alat ukur dalam mengukur data. Instrumen yang andal akan menghasilkan data yang andal, dan data yang dihasilkan tidak akan berubah secara signifikan dalam jangka waktu tertentu.¹⁹ SPSS menyediakan alat yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dengan uji *Cronbach Alpha* (α). Jika variabel $\alpha > 0,60$, variabel tersebut dianggap reliabel, jika nilai α mendekati 1 maka variabel tersebut akan lebih reliabel.

2. Uji Pra Syarat

Uji pra syarat digunakan guna mengenali penyebaran informasi. Metode uji pra syarat yang dipakai oleh periset, di antara lain selaku berikut :

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas mempunyai tujuan guna menguji ada ataupun tidak kemiripan di antara variabel independen (variabel bebas). Model regresi dinyatakan baik tidak ada korelasi di antara variabel independen, apabila variabel bebas berkaitan, sehingga variabel tidak hendak tercipta orthogonal. Variable orthogonal ialah antar variabel bebas yang mempunyai nilai korelasi 0. Multikolinieritas dapat dikenal dari nilai *Tolerance* serta *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai cutoff yang digunakan agar melaporkan ada multikolinieritas ialah nilai $\leq 0,10$ ataupun sama dengan nilai $VIF \geq 0,10$.²⁰

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memiliki tujuan unuk mengetahui dalam suatu model regresi ada perbandingan *variance* dari residual pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Nilai *variance* yang senantiasa dinamakan

¹⁸ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Bankin* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), 135.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016) 168.

²⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 105-106.

homoskedastisitas serta bila nilai *variance* memiliki perbedaan, maka dapat disimpulkan terjadinya heteroskedastisitas. Model regresi dinyatakan baik apabila ada homoskedastisitas.²¹ Tata cara mengenali uji heteroskedastisitas pada riset ini mengenakan uji *glejser*, bila hasil yang diperoleh nilai signifikansinya 0,05 hingga variabel dikatakan tidak terjalin heteroskedastisitas..

c. Uji Normalitas

Uji ini digunakan distribusi residual dalam suatu model regresi. Pada penelitian ini akan diketahui melalui uji statistik non- parametik Kolomogrof-Smirnov (K-S) taraf signifikan yang dipakai sebesar 5% informasi uji normalitas dinyatakan normal pada saat nilai lebih dari 0,05.²²

3. Uji Hipotesis

Teknik uji hipotesis yang dipakai oleh peneliti, di antaranya sebagai berikut :

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini dipakai untuk memprediksi meningkat atau menurunnya variabel terikat, jika variabel bebas yang berjumlah dua atau di atasnya menjadi faktor predicator dimanipulasi. Analisis regresi berganda bisa dilakukan jika total variabel independen paling sedikit 2 atau di atas 1.²³ Penelitian ini dilakukan guna memperoleh seberapa besar pengaruh variabel independen Kualitas Produk (X1) Citra Merek (X2) dan Persepsi Harga (X3) terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y).

Persamaan analisis regresi berganda yang dipakai pada penelitian ini ialah :²⁴

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

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 139

²² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 160

²³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 210.

²⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 210.

Dimana :

Y : Kepuasan Pelanggan

A : Konstanta

b1 : Koefisien regresi Kualitas Produk

b2 : Koefisien regresi Citra Merek

b3 : Koefisien regresi Persepsi Harga

X1 : Kualitas Produk

X2 : Citra Merek

X3 : Persepsi Harga

e : Standar Error

b. Koefisien Determinasi (R²)

R² dipakai guna menilai kekuatan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu di antara 0 dan 1. Keilnya nilai R² ymenjelaskan bahwasannya variansi variabel terikat terbatas. Nilai yang dekat dengan satu memiliki arti variabel-variabel independen menunjukkan nyaris semua informasi yang diharapkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²⁵

c. Uji F (Signifikansi Parameter Simultan)

Uji F (signifikansi parameter simultan) dipakai guna mengetahui pengaruh keseluruhan variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat).²⁶ Pengujian dilakukan dengan cara melakukan perbandingan nilai antara Fhitung dengan Ftabel dengan ketentuan :

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$ maka H₀ diterima (tidak terdapat pengaruh)
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka H₀ ditolak (terdapat pengaruh)

²⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 97.

²⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 98.

d. Uji T (Signifikansi Parameter Parsial)

Uji T (signifikansi parameter parsial) dipakai guna mengetahui apakah ada pengaruh variabel independen secara individual Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2) dan Persepsi Harga (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pengujian dilakukan dengan cara melakukan perbandingan nilai antara thitung dengan ttabel dengan ketentuan :

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima (tidak terdapat pengaruh)
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak (terdapat pengaruh lain)

