

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang dipakai penulis ialah kajian lapangan (*field research*), karena penulis terlibat langsung pada kajian. *Field research* termasuk suatu kajian yang dijalankan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan.¹ Pada kajian ini penulis menjalankan studi lapangan untuk memperoleh data serta informasi yang kongkrit tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga serta lokasi terhadap kepuasan konsumen pada B'lian Resto Undaan.

Pendekatan yang dipakai oleh penulis pada kajian ini ialah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yakni suatu proses kajian yang menekankan analisisnya pada data-data angka yang diolah dengan metode statistika.² Pada kajian ini terdapat empat variabel bebas, antara lain kualitas produk, pelayanan harga serta lokasi, dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat.

B. Setting Penelitian

Kajian ini untuk mencari data-data yang di butuhkan dijalankan di tempat makan B'lian Resto yang berlokasi di tepi Jalan Kudus –perwodadi Desa Undaan Lor, kecamatan Undaan, Kabupaten Kudus. Dengan waktu penelitian yang di gunakan kajian ini yakni 14 juni 2022 - 13 juli 2022. Untuk memudahkan penulis menyebarkan kuisioner kepada pelanggan yang kebetulan datang di waktu itu.

C. Populasi dan Sampel

Penelitian ini dijalankan di B'lian Resto yang berada di Desa Undaan Lor, kecamatan Undaan, Kabupaten Kudus, Jawa tengah. Subyek yang diteliti ialah konsumen yang beli ataupun pernah menikmati makanan di tempat kuliner tersebut minimal satu kali. penulis menetapkan subyek tersebut pada

¹ Arwin, dkk, “Pengaruh Harga serta Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sari Melati Kencana Pematangsiantar”, Jurnal Ekonomi serta Bisnis Syariah, Vol 3 No.1 (2020), 192.

² Saifuddin Azwar, *Metode Kajian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 5.

kajian ini karena penulis ingin menganalisa apa yang memberi pengaruh konsumen puas atau tidak puas terhadap Rumah Makan B'lian Resto.

1. Populasi

Populasi termasuk suatu kesatuan individu ataupun subjek pada lokasi tertentu dengan kurun waktu serta dengan kualitas tertentu yang bakal di amati.³ Populasi pada kajian ini ialah konsumen yang berkunjung serta menjalankan pembelian di B'lian Resto Desa Undaan lor Kecamatan Undaan Kabupaen Kudus dari bulan Januari – april 2022 sebanyak 5.250 Jumlah populasi yang cukup banyak ini didapat dari penjelasan dari pemilik usaha, maka dalam rangka efisiensi serta keefektifan kajian, dijalankan sampling (pengambilan sampel) sebagai representasi populasi.

2. Sampel

Sampel yaitu bagian dari populasi yang menjadi objek kajian serta dianggap sudah mewakili ataupun mencerminkan populasi.⁴ Tehnik pengambilan sampel pada kajian ini ialah tehnik *Non-probably Sampling*. *Nonprobably Sampling* ialah tehnik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur ataupun anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam *Nonprobably Sampling* terdapat berbagai cara dalam pengambilan sampel salah satunya ialah *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* termasuk pemilihan sampel dari siapa saja yang kebetulan ada ataupun dijumpai oleh peneliti. penulis mengambil tehnik ini karena di anggap cocok dengan karakteristik sampel kajian yang bakal akan dijalankan.⁵

Pengambilan Sampel pada kajian ini sesuai dengan populasi konsumen yang sudah berkunjung pada Rumah Makan B'lian Resto. Pengambilan sampel kajian sesuai dengan pada pendekatan rumus Slovin yakni seperti berikut:

³ Supardi, *Metodologi Kajian Ekonomi serta Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 101.

⁴ Sugiyono, *Metode Kajian (Kuantitatif, Kualitatif serta R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 62.

⁵ Nurlina T. Muhyiddin, dkk., *Metodologi Kajian Ekonomi & Sosial Teori, konsep, dan Rencana Proposal*, 70

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

Keterangan :

n = Jumlah elemen (anggota sampel)

N = Jumlah elemen (anggota populasi)

e = Error level (tingkat kesalahan).⁶

Dengan memakai tingkat error (e) senilai 10 % maka didapat jumlah sampel sebanyak :

$$\begin{aligned} n &= \frac{5250}{1 + 5250(0,1)^2} \\ &= \frac{5250}{1 + 5250(0,01)} \\ &= \frac{5250}{1 + 53,5} \\ &= \frac{5250}{54,5} \\ &= 96,33 \end{aligned}$$

Dengan demikian, maka dari jumlah populasi 5250 didapat ukuran sampel senilai 96,33 sampel kajian. Dari hasil tersebut, maka dibulatkan menjadi 97 responden.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Penelitian

Desain Kajian termasuk suatu pedoman kerja kajian agar bisa berjalan efektif serta efisien. Desain kajian di buat sesuai pola yang tergambar/tertulis pada rumusan masalah serta hepotesis yang bakal diuji.⁷ Adapun desain variabel pada kajian ini meliputi variabel independen (bebas) serta Variabel dependen (terikat).

Variabel pada kajian ini dibedakan menjadi dua, yakni:

a. Variabel bebas (independent variabel)

1) Kualiatas produk sebagai Variabel bebas yang pertama (X1)

⁶ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2006), 100.

⁷ Albert kurniawan, *Metodologi Riset untuk Ekonomi & Bisnis*, (Bandang: Alfabet,2014),56.

- 2) Kualitas Pelayanan sebagai Variabel bebas yang kedua (X2)
 - 3) Harga sebagai variabel bebas yang ketiga (X3)
 - 4) Lokasi sebagai variabel bebas yang keempat (X4)
- b. Variabel terikat (dependent variabel)

Kepuasan Konsumen sebagai Pembeli (Y) di Rumah Makan B'lian Resto sebagai variabel terikat.

2. Definisi operasional Variabel

Definisi operasional ialah aspek kajian yang memberi informasi mengenai ukuran ataupun batasan variabel yang bakal bersangkutan. Variabel ialah apa saja yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari serta dikaji secara mendalam sehingga memperoleh kesimpulan mengenai objek yang diteliti.⁸

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Pengukuran
Kualitas Produk (X1)	1. Keistimewaan produk 2. kesesuaian dengan spesifikasi 3. Estetika produk 4. Kesan Kualitas 5. Rasa produk 6. Variasi menu	1. B'lian Resto selalu mempertahankan Cita rasa yang sama ketika berkunjung. 2. Menu di B'lian Resto ada yang istimewa dari pesain. 3. Kealifan bahan produk terjamin di B'lian Resto. 4. Kualitas kebersihan penyajian selalu diutamakan di B'lian Resto. 5. Makanan yang di sajikan oleh B'lian Resto sangat enak serta unik sehingga pelanggan suka dengan kualitas produk	Skala <i>Likert</i>

⁸ Sugiyono, *Metode Kajian (Kuantitatif, Kualitatif serta R&D)*, 62.

		<p>makanan ini.</p> <p>6. Saya suka dengan kualitas produk B'lian Resto karena lengkap serta meyenangkan</p>	
<p>Kualitas Pelayanan (X2)</p>	<p>1.Kehandalan (<i>reability</i>)</p> <p>2.Daya tanggap (<i>rensponsivene ns</i>)</p> <p>3.Jaminan (<i>assurance</i>)</p> <p>4.Empati (<i>emphaty</i>)</p> <p>5.Bukti Fisik (<i>tangible</i>)</p>	<p>1. B'lian Resto menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip syariah sehingga bisa dipercaya oleh konsumen</p> <p>2. Karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung.</p> <p>3. Anda tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan.</p> <p>4. Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan.</p> <p>5. Karyawan ramah serta selalu memberi senyuman saat memberi pelayanan pada pengunjung.</p> <p>6. Fasilitas free Wi-Fi serta musholla membuat saya merasa nyaman serta tertarik menjalankan pembelian</p>	<p>Skala <i>Likert</i></p>
<p>Harga (X3)</p>	<p>1.Keterjangkau an harga</p> <p>2.Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p> <p>3.Daya saing harga</p>	<p>1. Harga makanannya terjangkau.</p> <p>2. Harga sesuai dengan daya beli konsumen.</p> <p>3. Harga sesuai dengan kualitas rasa.</p> <p>4. Harga sesuai dengan kuantitas (porsinya).</p> <p>5. Harga menu di rumah makan ini lebih</p>	<p>Skala <i>Likert</i></p>

	<p>4.Kesesuaian harga dengan manfaat produk</p>	<p>murah dari produk pesaing lainnya</p> <p>6. Harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan.</p> <p>7. harga sesuai dengan slogan” podo roso rego ndeso</p> <p>8. Tersdinya himbauan /poster protocol kesehatan.</p> <p>9. Di B’lian Resto selalu memberitahu ke tamu jika ada kenaikan harga menu.</p> <p>10. Beberapa harga menu yang mahal sesuai dengan hidangan yang di sajikan (makananya lezat)</p>	
<p>Lokasi (X4)</p>	<p>1.Akses</p> <p>2.Visibilitas</p> <p>3.Lalu lintas</p> <p>4.Kriteria titik lokasi</p> <p>5.Lingkungan</p>	<p>1. Lokasi mudah dijangkau sarana transportasi umum.</p> <p>2. Kondisi jalan menuju Rumah Makan B’lian Resto bagus.</p> <p>3. Lokasi B’lian Resto terlihat di pinggir jalan raya sehingga mudah ditemukan oleh pelanggan.</p> <p>4. Lalu lintas disekitar B’lian Resto lancar.</p> <p>5. Memiliki tempat parkir yang luas serta aman</p> <p>6. Lokasi yang strategis dimana terdapat banyak masyarakat</p>	<p>Skala <i>Likert</i></p>

		beraktivitas di sekitar.	
Kepuasan Konsumen (Y)	<p>1. Kesesuaian harapan</p> <p>2. Minat berkunjung Kembali</p> <p>3. Kesiediaan Merekomendasi</p>	<p>1. Berbagai makanan/ minuman yang disediakan sesuai dengan selera konsumen.</p> <p>2. Kehalalan produk & makanan/minuman yang disediakan bisa dipercaya oleh konsumen.</p> <p>3. Fasilitas penunjang yang disediakan seperti, tempat cuci tangan, toilet, serta tempat sholat yang ada sesuai dengan yang diharapkan.</p> <p>4. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh B'lian Resto memuaskan.</p> <p>5. Berminat berkunjung kembali karena makanan/ minuman lainnya memuaskan sesuai selera.</p> <p>6. Berminat berkunjung kembali karena kehalalan produk & makanan/minuman yang disediakan sudah terjamin.</p> <p>7. Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan oleh B'lian Resto memadai.</p>	Skala <i>Likert</i>

		8. Merekomendasikan B'lian Resto kepada teman/keluarga	
--	--	--	--

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas biasanya dipakai untuk mengukur tingkat kesamaan data yang terkumpul dengan data *real* pada objek kajian. Uji validitas yang dijalankan ialah mengkorelasikan antara alat yang sudah didesain kepada data empiris yang ada dilapangan. Satu sisi sebagai variabel X serta sisi yang lain variabel Y, selanjutnya dijalankan uji korelasi dengan memakai rumus product moment Pearson:

X = nilai skor butir

Y = nilai skor total

N = jumlah responden

Sebuah instrumen kajian dinyatakan valid apabila koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3,⁹ ataupun juga pengukuran validitas bisa dijalankan dengan membandingkan r hitung dengan $df = n-2$ dilihat dari jumlah total korelasi item. Jika r hitung lebih dari r tabel maka dinyatakan valid.¹⁰

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sebuah nilai yang memperlihatkan ketetapan sebuah instrumen pengukur dalam mengukur ciri-ciri yang kembar. Setiap dari instrumen yang dipakai untuk mengukur mestinya harus mempunyai kemampuan dalam memberi hasil sebuah pengukuran yang terusmenerus. Semakin kecil kesalahan yang terjadi pada saat dijalankan pengukuran, maka semakin reliabel alat pengukurannya. Sebaliknya jika semakin besar tingkat kesalahan dalam pengukurannya, maka semakin tidak reliabel instrumen pengukur yang dipakai. Besar ataupun kecilnya tingkat kesalahan dalam pengukuran bisa dilihat dari angka korelasi antara hasil pengukuran pertama serta kedua. Bila nilai

⁹ Sugiyono, *Metode Kajian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif serta R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2012)

¹⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program SPSS*, edisi ke-8 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 53.

korelasi (r) dikuadratkan, maka hasilnya disebut koefisien determinasi (*coefficient of determination*) yang termasuk petunjuk dari besar ataupun kecil hasil pengukuran yang sebenarnya. Semakin tinggi nilai korelasi, maka semakin besar pula angka dari koefisien determinasinya, serta semakin rendah kesalahan dalam pengukurannya.¹¹

Pengukuran reliabilitas bisa dijalankan memakai dua cara ialah:

1. *Repeated Measure* termasuk seorang individu yang bakal diberi beberapa pertanyaan yang sama di waktu yang berbeda, serta kemudian dilihat apakah tetap konsisten dengan jawabannya ataupun tidak.
2. *One Shot* termasuk suatu pengukurannya yang hanya dijalankan sekali saja serta kemudian disamakan dengan pertanyaan yang lain untuk mengukur korelasi antar jawaban. SPSS memiliki fungsi untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk ataupun variabel dinyatakan reliabel jika memberi nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.¹²

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai oleh penulis ialah kajian lapangan yakni tinjauan langsung terhadap individu ataupun masyarakat yang termasuk kedalam data primer. Data primer yakni data yang didapat langsung dari informan kajian melalui kuesioner yang langsung ditujukan pada konsumen di Rumah Makan B'lian Resto. Kuesioner ialah sejumlah pertanyaan langsung yang didapat dari objek kajian. Serta memakai wawancara ialah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi serta ide melalui tanya jawab,¹³ penulis menggunakan teknik ini karena sangat ideal untuk bertanya dengan sang pemilik usaha.

¹¹ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, 113.

¹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program SPSS 23*, edisi ke-8, 48.

¹³ Prof. Dr Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif Kualitatif serta R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2020), 304

2. Instrumen Pengumpulan Data

Alat yang dipakai untuk mengumpulkan data yang bakal diolah ialah angket. Angket termasuk metode pengumpulan data dengan membuat sejumlah daftar pertanyaan dalam bentuk angket,¹⁴ yang nantinya bakal ditujukan kepada konsumen Rumah Makan B'lian Resto. Instrumen pada kajian ini bersifat terbuka serta tertutup. Pertanyaan terbuka ialah jika jawaban tidak disediakan sebelumnya, sementara bersifat tertutup ialah jika alternatif-alternatif jawaban sudah disediakan. Kuesioner yang dipakai di sini ialah model tertutup karena jawaban sudah disediakan.¹⁵ Untuk mengukur skala sikap yang lazim dipakai ialah Skala Likert mempunyai gradasi skor 1- 4.¹⁶ Responden pada kajian ini ialah para konsumen yang datang di Rumah Makan B'lian Resto.

Tabel 3.2
Alternatif jawaban dengan skala likert, seperti berikut:

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat tidak Setuju	1

G. Teknik Analisis Data

1. Deskriptif Statistik

Tehnik analisa data yang dipakai di kajian ini ialah tehnik deskriptif statistik. Deskriptif statistik termasuk penggambaran yang diinterpretasikan dalam bentuk angka kepada objek yang sedang diteliti melalui data sampel serta populasi yang sudah ada tanpa mengerjakan analisa serta menarik kesimpulan secara umum. Penyajian data yang

¹⁴ M. Burhan Bungin, *Metodologi Kajian Sosial & Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 130

¹⁵ M. Burhan Bungin, *Metodologi Kajian Sosial & Ekonomi*, 130

¹⁶ Sulyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 82

bakal dipakai dalam penelitian berupa pictogram, penyajian dengan tabel, grafik serta diagram lingkaran.¹⁷

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai untuk menguji variabel independen serta dependen apakah mempunyai distribusi yang normal ataupun tidak dalam model regresi. Model regresi yang baik yakni yang mempunyai distribusi normal, sementara untuk metode uji normalitas memakai uji *Sample Kolmogrov Smirnov*. Kesimpulan yang bisa ditarik dalam menentukan sebuah data dinyatakan normal serta tidak apabila nilai signifikansinya $>0,05$.¹⁸

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas mempunyai tujuan menguji pada model regresi ditemukannya hubungan antar variabel ataupun tidak yang memiliki hubungan sempurna ataupun mendekati sempurna (koefisien korelasi tinggi ataupun nilainya 1). Jenis regresi yang baik yakni tidak terjadi korelasi antar variabel bebasnya. Metode uji multikolinearitas pada model regresi bisa memakai nilai tolerance serta *inflation factor* (VIF). Cara yang dipakai untuk menentukan ada ataupun tidaknya multikolinearitas jika nilai VIF kurang dari 10 serta nilai tolerance lebih dari 0,1 maka bisa dinyatakan tidak terjadi adanya multikolinearitas.¹⁹

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dipakai untuk menguji ada ataupun tidaknya korelasi antar kesalahan pada periode $t-1$. Autokorelasi bisa dimaknai jika korelasi yang terjadi karena adanya observasi yang disusun menurut tempat serta waktu. Metode yang bisa dipakai untuk pengujian autokorelasi ialah uji Durbin-Watson (DW Test). Pengambilan keputusan terjadi ataupun tidaknya autokorelasi apabila $P < 0,05$ (terjadi gejala

¹⁷ Sugiyono, *Statistika Untuk Kajian*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 29-30.

¹⁸ Rochmat Aldi Purnomo, *Analisa Statistik Ekonomi serta Bisnis dengan SPSS*, (Ponorogo: CV Wadw Group, 2017) 114-16

¹⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Kajian*, 121.

autokorelasi), serta apabila $P > 0,05$ (tidak terjadi gejala autokorelasi).

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas termasuk varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan dalam model regresi. Regresi yang baik ialah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji ini dipakai untuk menyatakan dalam model regresi dimana varian dari residual tidak sama untuk satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Gejala yang tidak sama inilah yang dinamakan heteroskedastisitas.²⁰

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan analisa linear berganda ialah guna memahami pengaruh variabel kualitas produk, pelayanan, harga serta lokasi terhadap variabel kepuasan konsumen. Regresi linear berganda termasuk sebuah model persamaan yang menjelaskan keterikatan antara hubungan variabel Y ataupun variabel dependen dengan variabel X ataupun variabel independen pada kajian.²¹ Pemilihan memakai metode analisa linear berganda, dikarenakan pada kajian ini variabel X ada empat.

Persamaan Regresi Linear Berganda ialah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

X1 = Kualitas Produk

X2 = Kualitas Pelayanan

X3 = Harga

X4 = Lokasi

b1 = Koefisien regresi Kualitas Produk

b2 = Koefisien regresi Kualitas Pelayanan

b3 = Koefisien regresi Harga

²⁰ Billy Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linear Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*, (Jakarta: Pradina Pustaka, 2022), 14.

²¹ Billy Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik Implementasi Metode Regresi Linear Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*, (Jakarta: Pradina Pustaka, 2022), 15.

b_4 = Koefisien regresi Lokasi

e = kesalahan pengganggu (error term)

Nilai Konstanta serta Koefisien Regresi masing-masing variabel mengacu pada hasil / output regresi linier berganda melalui perhitungan SPSS dalam table Coefficients pada kolom Unstandardized Coefficients kolom B.

b. Uji T-Parsial

Di lakukannya uji t-Parsial mempunyai tujuan guna memahami secara parsial hubungan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Uji t-Parsial bisa dijalankan dengan membandingkan t_{hitung} serta t_{tabel} ataupun juga bisa dilihat dari nilai signifikasinya. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_1 diterima, serta jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.²²

c. Uji F

Uji F dipakai guna memahami secara bersama-sama apakah ada pengaruh dari variabel dependent X_1, X_2, X_3 serta X_4 terhadap variabel independent (Y). Hal itu bisa diketahui dengan cara membandingkan anantara F_{hitung} serta F_{tabel} , dengan cara menentkan F_{tabel} sebagai beriku $F(k ; n-k)$ yang mana n ialah jumlah sampel serta k ialah jumlah dari variabel bebas.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 ataupun Koefisien determinasi ialah alat pengukur yang dipakai untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel bebas dengan variabel terikat. R^2 memberi gambaran model variasi yang terjadi. Jika koefisien determinasi nilainya kecil, maka bisa dimaknai sumbangan dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat berniali sedikit ataupun kecil. Dasar dari pengambilan keputusan untuk menentukan koefisien determinasi ialah nilai R^2 nilainya diatas $0,5 - 1$, apabila nilainya $< 0,5$ maka bisa ambil kesimpulan pengaruh pada variabel independent terhadap variabel dependent lemah.²³

²² Wiratna Sujarweni, *Metodologi Kajian Bisnis & Ekonomi*, 161.

²³ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Kajian Bisnis & Ekonomi*, 164.