

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, label halal, dan kepuasan pelanggan. Sementara itu, subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Lazatto di Kota Tasikmalaya.

3.2. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu apabila semua data sudah terkumpul akan diklasifikasikan ke dalam data kuantitatif yang dinyatakan dengan angka. Data tersebut diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner kepada konsumen Lazatto di Kota Tasikmalaya.

3.2.1. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2019:68) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2019:69) variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen

(terikat). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan label halal.

2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2019:69) variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan konsumen/pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. (Sunyoto, 2013:35)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Tetap loyal 2. Membeli produk baru yang ditawarkan 3. Merekomendasikan produk 4. Bersedia membayar lebih 5. Memberikan masukan (Kotler & Armstrong, 2012:150)	Ordinal
Harga (X ₁)	Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. (Indrasari, 2019:36)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan (Kotler, 2008:345)	Ordinal
Kualitas Produk	Kualitas produk adalah segala sesuatu yang		<ol style="list-style-type: none"> 1. Berbagai macam variasi produk 	Ordinal

(X ₂)	dapat ditawarkan kepasar atau mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. (Kotler dan Keller, 2009:4)		2. Daya tahan produk 3. Kualitas produk sesuai dengan spesifikasi dari konsumen 4. Penampilan kemasan produk (estetika) 5. Kualitas produk terbaik dibandingkan dengan merek lain (Sudarma, 2014:120)	
Kualitas Pelayanan (X ₃)	Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. (Kotler dan Amstrong, 2012:681)	1. Bukti fisik (<i>Tangible</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas fisik • Perlengkapan • Pegawai • Sarana komunikasi 	Ordinal
		2. Empati (<i>Emphaty</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan dalam menjalin relasi • Komunikasi yang baik • Perhatian pribadi • Pemahaman kebutuhan atas individual para pelanggan 	
		3. Keandalan (<i>Reability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Akurat • Segera • Memuaskan 	
		4. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu para pelanggan • Memberikan layanan dengan tanggap • Kepastian waktu penyampaian produk • Layanan yang cepat dari karyawan 	
		5. Jaminan (<i>Asurance</i>) (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009:182)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan • Kompetensi • Kesopanan • Bebas dari bahaya, risiko, atau keraguan (Tjiptono, 2011:437)	
Label Halal	Label halal dan iklan pangan adalah setiap		1. Gambar 2. Tulisan	Ordinal

(X ₄)	keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan dalam pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada dan atau merupakan bagian kemasan pangan. (Peraturan pemerintah nomor 69 tahun 1999)		3. Kombinasi gambar dan tulisan 4. Menempel pada kemasan (Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999)	
-------------------	--	--	---	--

3.2.2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:296), teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama adalah mendapatkan data.

3.2.2.1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber atau objek penelitian tanpa melalui perantara di lapangan. Data ini diperoleh dari menyebarkan kuesioner secara *online (google form)* kepada konsumen Lazatto di Kota Tasikmalaya.

3.2.2.2. Populasi

Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Lazatto di Kota Tasikmalaya pada bulan juli tahun 2021 sebanyak 157.500 konsumen.

3.2.2.3. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode pemilihan sampel *non probability* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019:131-133) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Purposive sampling* adalah mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat Kota Tasikmalaya yang telah melakukan pembelian di seluruh outlet Lazatto di Kota Tasikmalaya.
2. Konsumen dengan usia 17 sampai 40 tahun.

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan pendekatan rumus Slovin sebagai berikut.

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

$$n = \frac{157500}{1 + (157500)0,1^2}$$

$$n = 99,936548223 \approx \text{dibulatkan menjadi } 100$$

Keterangan:

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

e = *error term* (10%)

Jadi anggota sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang konsumen Lazatto di Kota Tasikmalaya.

3.2.2.4. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penulis melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan pemahaman mengenai teori-teori yang berhubungan dengan objek penelitian.
2. Penulis mengumpulkan data melalui penyebaran kuisisioner secara *online* (*google form*) kepada konsumen lazatto di Kota Tasikmalaya sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

3.2.2.5. Pengolahan Data

Menurut Hasan (2006) menyatakan bahwa pengolahan data merupakan suatu proses dalam memperoleh data dengan menggunakan cara atau rumus tertentu. Pengolahan data menurut Hasan (2001) sebagai berikut:

1. Pengeditan (*Editing*)

Pengeditan merupakan kegiatan pengecekan atau pengoreksian data yang telah dikumpulkan guna menghilangkan kesalahan-kesalahan pencatatan.

2. Pemberian kode (*Coding*)

Pengodean (*Coding*) merupakan isyarat yang dibuat dalam bentuk huruf atau angka yang memiliki arti petunjuk suatu informasi data yang di analisis.

3. Pemberian skor (*Scoring*)

Scoring ini berupa angka pada jawaban dari pertanyaan kuisisioner agar dapat diperoleh data kuantitatif. Pemberian skor didasarkan pada tingkatan jawaban yang diterima dari responden.

Adapun tujuan pengolahan data menurut Sudjana (2001) adalah untuk mengubah data mentah menjadi data yang dapat memberikan suatu informasi guna pengkajian lebih lanjut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengolahan data dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

3.3. Model Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka peneliti menguraikannya dalam bentuk model penelitian, pada penelitian ini terdiri dari variabel independent yaitu harga (X_1), kualitas produk (X_2), kualitas pelayanan (X_3) dan label halal (X_4) serta variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Adapun model penelitian yang dimaksud sebagai berikut:

$$\text{Log } Y = \beta_0 + \beta_1 \text{ Log } X_1 + \beta_2 \text{ Log } X_2 + \beta_3 \text{ Log } X_3 + \beta_4 \text{ Log } X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas produk

X_3 = Kualitas pelayanan

X_4 = Label halal

β_0 = Konstanta

β_i = Koefisien masing-masing variabel

e = *Error term*

3.4. Pengujian Instrumen Penelitian

3.4.1. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) instrumen penelitian yaitu alat yang akan digunakan dengan tujuan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang akan diamati. Skala untuk mengukur instrumen penelitian ini menggunakan skala *likert*. Tujuan menggunakan skala *likert* dalam penelitian yaitu untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019).

Tabel skala *likert* yang digunakan dalam menghitung jawaban dari pertanyaan kuesioner sebagai berikut.

Tabel 3.2 Skala *Likert*

Skala <i>likert</i>	Jawaban Responden
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Kurang Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

3.4.2. Nilai Jenjang Interval

Dalam penelitian yang menggunakan skala *likert*, perlu digunakan suatu perhitungan statistik yang bertujuan untuk mengetahui tingkatan dari masing-masing variabel dan kemudian disajikan dalam bentuk tabel yang bertujuan untuk melihat nilai dari setiap indikator variabel. Adapun rumus untuk mengetahui nilai dari setiap indikator variabel adalah sebagai berikut.

Nilai tertinggi setiap indikator variabel : $5 \times 100 \times 5 = 2500$

Nilai terendah setiap indikator variabel : $1 \times 100 \times 5 = 500$

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\Sigma \text{Kriteria Pernyataan}}$$

$$NJI = \frac{2500 - 500}{5}$$

$$NJI = 400$$

Tabel 3.3 Klasifikasi Penilaian untuk Setiap Indikator Variabel Independen (X₁, X₂, X₃, X₄) dan Variabel Dependen (Y)

Nilai	Klasifikasi Penilaian
2104 – 2504	Sangat Baik
1703 - 2103	Baik
1302 - 1702	Kurang Baik
901 – 1301	Tidak Baik
500 – 900	Sangat Tidak Baik

3.5. Teknik Analisis Data

3.5.1. Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dikarenakan variabel independen yang akan diteliti lebih dari satu. Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

3.5.2. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), uji validas digunakan untuk melihat valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Dimana, suatu kuisisioner dikatakan valid jika item pertanyaan pada kuisisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh

kuisisioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r_{tabel} . Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

3.5.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah bentuk suatu uji yang digunakan sebagai alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsistes dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018:54).

Pengukuran reliabilitas *one shot* atau pengukuran sekali saja digunakan dalam penelitian ini. Pengukuran hanya digunakan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Reliabilitas tiap butir pertanyaan dalam instrumen kuisisioner akan diuji dengan uji statistik *Cronbatch Alpha* (α). Instrumen yang dipakai dikatakan andal (*reliable*) jika memberikan nilai *Cronbatch Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2018:46).

3.5.4. *Method of Successive Interval* (MSI)

Penelitian ini menggunakan skala ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasional variabel. Oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan cara MSI. Menurut Narimawati dkk (2010:47) langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.

2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakukan perhitungan proporsi (ρ) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan pertanyaan.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban pertanyaan.
5. Menentukan nilai interval rata-rata (*scale value*) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale} = \frac{\text{kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah dibawah batas atas} - \text{daerah dibawah batas bawah}}$$

6. Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumus persamaan sebagai berikut :

$$\text{Nilai hasil transformasi : } \textit{score} = \textit{scale value}_{\textit{minimum}} + 1$$

3.5.5. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan regresi yang baik maka harus memenuhi beberapa pengujian, uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

3.5.5.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:111), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependennya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal yaitu distribusi tidak menyimpang ke kiri atau ke kanan

(kurva normal). Pengujian normalitas data menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dalam program aplikasi SPSS dengan taraf probabilitas (sig) 0,05. Kriteria pengujian uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

1. Nilai probabilitas (sig) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.
2. Nilai probabilitas (sig) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

3.5.5.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau bebas. Menurut Ghozali (2018:105), tujuan uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik memiliki model yang didalamnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dengan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah sebagai berikut:

- a. Pedoman keputusan berdasarkan nilai *Tolerance*
 1. Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
 2. Jika nilai *Tolerance* $< 0,10$ artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
- b. Pedoman keputusan berdasarkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)
 1. Jika nilai VIF $< 10,00$ artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

2. Jika nilai VIF > 10,00 artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

3.5.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018:135) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas untuk menguji terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas maka dilihat dari nilai koefisien korelasi *Rank Spearman* antara masing-masing variabel bebas dengan variabel pengganggu. Adapun cara untuk menguji apakah model ini heteroskedastisitas atau tidak yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas < 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai Probabilitas > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memastikan apakah pernyataan-pernyataan tersebut di terima atau ditolak. Cara untuk menentukan dalam uji hipotesis adalah sebagai berikut:

3.5.6.1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Ghozali (2018:152) mengatakan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis dalam uji t adalah:

1. $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \leq 0$

Artinya variabel bebas harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan label halal tidak berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan pada konsumen Lazatto di kota Tasikmalaya secara parsial.

2. $H_a: \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \geq 0$

Artinya variabel bebas harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan label halal berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan pada konsumen Lazatto di kota Tasikmalaya secara parsial.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah sebagai berikut:

1. H_0 tidak ditolak jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan nilai probabilitas $\geq 0,05$

Semua variabel bebas harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan pada konsumen Lazatto di kota Tasikmalaya.

2. H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan nilai probabilitas $\leq 0,05$

Semua variabel bebas harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan label halal berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan pada konsumen Lazatto di kota Tasikmalaya.

3.5.6.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018:98). Kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Hipotesis dalam uji F adalah:

1. $H_0: \beta = 0$

Secara bersama-sama variabel bebas harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan label halal tidak berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan pada konsumen Lazatto di kota Tasikmalaya.

2. $H_a : \beta \geq 0$

Secara bersama-sama variabel bebas harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan label halal berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan pada konsumen Lazatto di kota Tasikmalaya.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah :

1. H_0 tidak ditolak jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan nilai probabilitas $\geq 0,05$

Semua variabel bebas harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan pada konsumen Lazatto di kota Tasikmalaya.

2. H_0 ditolak jika nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dan nilai probabilitas $\leq 0,05$

Semua variabel bebas harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan label halal berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan pada konsumen Lazatto di kota Tasikmalaya.

3.5.6.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (*adjusted R²*) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu. Nilai *adjusted R²* yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).