

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Objek penelitian ini merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dan sasaran dalam penelitian ini untuk mendapatkan jawaban atau solusi dari permasalahan yang akan dibuktikan secara subjektif. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah kepuasan konsumen Produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya. Penelitian ini akan dilakukan dengan mengambil data secara langsung ke lapangan kepada pembeli/ konsumen Produk Raja Tteokbokki Pasar Mambo Kota Tasikmalaya.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, metode deskriptif adalah pengumpulan informasi mengenai suatu gejala yang ada yaitu keadaan menurut apa adanya pada saat penelitian dilaksanakan. Sedangkan menurut (Sugiono, 2018) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### 3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2018), variabel penelitian adalah salah satu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sesuai dengan judul “Analisis Penentu Kepuasan Konsumen Produk Raja Tteokbokki (Studi Empiris di Pasar Mambo Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya)”, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan dua variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas

Sugiyono (2018) variabel *independent* adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab pertumbuhannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah kualitas layanan, selera, harga, dan promosi.

2. Variabel Terikat

Sugiyono (2018) variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel *dependent* adalah kepuasan konsumen Produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya.

Berikut adalah penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kualitas Layanan (X <sub>1</sub> )	Kualitas pelayanan adalah segala bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang diberikan perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukti Fisik</li> <li>2. Keandalan</li> <li>3. Ketanggapan</li> <li>4. Jaminan</li> </ol>	Ordinal
Selera (X <sub>2</sub> )	Selera adalah minat atau keinginan konsumen untuk membeli suatu produk, dalam rangka memenuhi kebutuhannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Responden Puas</li> <li>2. Senang pada saat memakai</li> <li>3. Warna yang bervariasi</li> <li>4. Ukuran yang bervariasi</li> </ol>	Ordinal
Harga (X <sub>3</sub> )	Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen guna memperoleh barang atau jasa yang diinginkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>2. Keterjangkauan harga</li> <li>3. Harga berdasarkan keputusan konsumen</li> <li>4. Harga berdasarkan daya beli</li> </ol>	Ordinal
Variasi Produk (X <sub>4</sub> )	Variasi produk adalah jenis atau macam-macam produk yang tersedia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelengkapan produk</li> <li>2. Merek Produk</li> <li>3. Variasi Ukuran Produk</li> <li>4. Kualitas Produk</li> </ol>	Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang maupun kecewa konsumen setelah membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas</li> <li>2. Nilai yang dirasakan</li> <li>3. Harapan konsumen</li> <li>4. Kuantitas</li> </ol>	Ordinal

### **3.2.2 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian dilaksanakan dengan cara studi pustaka (data sekunder), dan data primer. Studi pustaka (data sekunder) yaitu dengan mempelajari, memahami, mencermati, menelaah, dan mengidentifikasi hal-hal yang sudah ada untuk mengetahui apa yang sudah ada dan belum ada dalam bentuk jurnal-jurnal atau karya tulis ilmiah lainnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

#### **3.2.2.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Dengan menyebarkan angket atau kuesioner langsung pada konsumen Produk Raja Tteokboki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya.

#### **3.2.2.2 Populasi Sasaran**

Menurut Sugiyono (2007) populasi merupakan jumlah dari seluruh objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Margono (2004) Populasi adalah keseluruhan data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan. Populasi berkaitan dengan data-data, jika seorang manusia memberikan suatu data, maka ukuran atau banyaknya populasi akan sama banyaknya manusia.

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 12.000 orang dalam lima tahun, dimana sampel dalam penelitian ini ialah konsumen yang setidaknya pernah satu kali berkunjung pada Raja Tteokbokki. Pengambilan sampel penelitian berdasarkan pada pendekatan rumus Slovin sebagai berikut:

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

$$n = \frac{12.000}{1+(12.000)0,01}$$

$$n = \frac{12.000}{101}$$

$n = 118$  orang, dibulatkan menjadi 120 orang.

Keterangan :

$n$  = Jumlah anggota sampel

$N$  = Jumlah anggota populasi

$e = 10\%$

### 3.2.2.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2018), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$  : Ukuran sampel

$N$  : Ukuran populasi

*e* : Nilai kritis ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir atau diujikan, untuk penelitian ini digunakan 10%.

### 3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi. Metode studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang mempelajari membaca dan mengumpulkan dokumen untuk bahan analisis yang digunakan untuk memperoleh data konsumen yang menjadi populasi dalam penelitian ini.

Metode kuesioner adalah memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden yaitu konsumen produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya. Skala yang digunakan untuk mengukur instrumen penelitian ini yaitu menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok mengenai fenomena sosial yang akan diteliti (Sekaran, 2006). Berikut ini adalah tabel skala *likert* yang akan digunakan dalam menghitung jawaban dari pertanyaan kuesioner:

**Tabel 3.2 Hubungan Jawaban Pertanyaan dengan Tabel Skala Likert**

Jawaban Pertanyaan	Nilai
a. Sangat setuju (ss)	5
b. Setuju (s)	4
c. Kurang setuju (ks)	3
d. Tidak setuju (ts)	2
e. Sangat tidak setuju (sts)	1

### 3.3 Model Penelitian

Model penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah model regresi linier berganda. Penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu kualitas layanan ( $X_1$ ), selera ( $X_2$ ), harga ( $X_3$ ), dan variasi produk ( $X_4$ ), serta variabel dependen yaitu

kepuasan konsumen (Y) Produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya. Adapun model penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen Produk Raja Tteokbokki

a = Konstanta

b = Koefisien regresi masing-masing variabel

e = *error term*

X<sub>1</sub> = Kualitas Layanan

X<sub>2</sub> = Selera

X<sub>3</sub> = Harga

X<sub>4</sub> = Variasi produk

### **3.4 Uji Instrumen Penelitian**

#### **3.4.1 Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2008) instrumen yang valid berarti bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan mencari nilai validitas dari sebuah item pertanyaan.

Data dikatakan valid apabila nilai korelasi hitung data tersebut melebihi nilai korelasi tabelnya, yaitu jika  $r_{hitung} > r_{kritis}$  (0,30), maka butir pertanyaan atau variabel tersebut valid.

Prosedur uji validitas yaitu dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan ( $df = n-5$ ) dengan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$ .

Kriteria pengujian:

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut valid
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut tidak valid

### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliable*). Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Kadang-kadang reliabilitas disebut juga sebagai keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, kestabilan, dan sebagainya, namun ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, artinya sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (*measurement error*).

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- Jika Cronbach's Alpha  $> 0,60$  maka pernyataan reliabel
- Jika Cronbach's Alpha  $< 0,60$ , maka pernyataan tidak reliabel

### 3.4.3 MSI (Method Successive Interval)

Setelah dilakukan analisis instrumen penelitian dan apabila hasil dari pengukuran instrumen tersebut valid dan reliabel, maka selanjutnya nilai jawaban yang diperoleh dari responden diubah skalanya menjadi skala pengukuran interval. Menurut Nasution (2016), metode suksesif interval adalah suatu proses untuk

mengubah data ordinal menjadi data interval. Data ordinal diubah menjadi data interval karena data ordinal sebetulnya merupakan data kualitatif atau bukan angka sebenarnya. Data ordinal menggunakan angka sebagai simbol data kualitatif. Berdasarkan konsep tersebut dapat ditinjau bahwa MSI adalah alat untuk mengubah data berskala ordinal menjadi data yang berskala interval. Adapun Langkah kerja *Method of Succesive Interval* adalah sebagai berikut:

- a. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada).
- b. Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel) sehingga diperoleh  $P_i = F_i/n$ .
- c. Jumlahan P (Proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ( $P_{ki} = P_{(i-1)} + P_i$ )
- d. Proporsi kumulatif ( $P_k$ ) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bisa menemukan nilai Z untuk setiap kategori.
- e. Hitung  $SV = \frac{\text{Density lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under limit} - \text{Area under lower limit}}$

Keterangan:

*Density lower limit* = Keberadaan batas bawah

*Density at upper limit* = Keberadaan batas atas

*Area under limit* = Daerah di bawah batas atas

*Area under lower limit* = Daerah di bawah atas bawah

- f. SV (Skala Value)

Transformed  $\longrightarrow Y = SV + |SV_{\min}|$

### **3.5 Teknis Analisis Data**

#### **3.5.1 Metode Analisis Regresi**

Model penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah regresi linier berganda. Uji regresi linear ini digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen Produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya secara parsial maupun bersama-sama dengan bantuan *software SPSS*.

#### **3.5.2 Uji Asumsi Klasik**

Pengujian analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model regresi linear berganda. Suatu model regresi harus dipenuhi syarat-syarat bahwa data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Jika tidak ditemukan permasalahan maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi. Dalam regresi linear, untuk memastikan agar model tersebut *BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)* dilakukan pengujian sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen, variabel dependen, dan keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dua cara, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Adapun dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Probabilitas *Jarque Bera* (JB)  $< 0,05$  maka residual nya berdistribusi tidak normal.
- 2) Jika nilai Probabilitas *Jarque Bera* (JB)  $> 0,05$  maka residual nya berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi atau hubungan antar variabel bebas dalam model regresi. Multikolinearitas mengindikasikan bahwa terdapat hubungan linear yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau hampir seluruh variabel bebas dalam model. Hal ini mengakibatkan koefisien regresi tidak terhingga, hal ini akan menimbulkan bias dalam spesifikasi.

Adapun pengambilan dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika *Variance Inflation factor* (VIF)  $> 10$ , maka terdapat persoalan multikolinearitas diantaranya variabel bebas.
- 2) Jika *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$ , maka tidak terdapat persoalan multikolinearitas diantaranya variabel bebas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji atau tidaknya hubungan antar variabel salah satu pengujianya menggunakan metode uji *ARCH* dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika  $Prob.Chi-Square < 0,05$  artinya terjadi gejala heteroskedastisitas
- 2) Jika  $Prob.Chi-Square > 0,05$  artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

### 3.5.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistic dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan (hipotesis) dari pernyataan asumsi yang telah dibuat. Uji hipotesis terdiri dari uji signifikansi parameter (uji t) dan uji signifikansi bersama-sama (uji F).

#### 1. Uji t

Uji t digunakan untuk signifikansi variabel independen yaitu kualitas layanan, selera, harga, dan variasi Produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya. Langkah-langkah untuk melakukan uji t sebagai berikut:

##### a. Hipotesis

- 1)  $H_0 : \beta_i \leq 0 ; I = 1,2,3,4$  artinya kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya.
- 2)  $H_a \beta_i > 0 ; I = 1,2,3,4$  artinya kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan keyakinan 95% (probability  $< 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh positif signifikan kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya.
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan derajat keyakinan 95% (probability  $> 0,05$ ), maka  $H_0$  tidak ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya.

## 2. Uji F-Statistik

Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang terdapat dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai probabilitas signifikansinya. Jika nilai probabilitas signifikansinya kurang dari lima persen maka variabel independen akan berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hipotesis dalam uji F ini adalah jika:

- a.  $H_0 : \beta = 0$

Secara bersama-sama kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya.

- b.  $H_a : \beta > 0$

Secara bersama-sama kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk berpengaruh terhadap positif kepuasan konsumen Produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah:

- a.  $H_0$  tidak ditolak jika nilai  $F_{\text{statistik}} < F_{\text{tabel}}$  artinya kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya.
- b.  $H_0$  tidak ditolak jika nilai  $F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}}$  artinya kualitas layanan, selera, harga, dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Produk Raja Tteokbokki di Pasar Mambo Kota Tasikmalaya.

#### 3.5.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghazali (2016) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi dinyatakan dalam persentase. Nilai  $R^2$  ini berkisar  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur proporsi (bagian) total variasi dalam variabel tergantung yang dijelaskan dalam regresi atau untuk melihat seberapa baik variabel bebas mampu menerangkan variabel terikat (Gujarati, 2015). Kriteria  $R^2$  sebagai berikut:

1. Nilai  $R^2$  mendekati nol, berarti variabel-variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat amat terbatas atau tidak ada keterkaitan.

2. Nilai  $R^2$  mendekati satu, berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat atau terdapat keterkaitan.