

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Meubel Lucia Baru Furniture, Jalan Ridwan Rais no 16, Kali Balau Kencana, Sukarame, Bandar Lampung.

#### **3.2 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel**

##### **3.2.1 Variabel penelitian**

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel Independen

Sugiyono (2014) menyatakan variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen atau variabel bebas (Sugiyono, 2014). Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen ( $Y$ ).

### 3.2.2 Definisi operasional variabel

Definisi operasional variabel merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep/variabel agar dapat di ukur, dengan melihat pada dimensi (indikator) dari suatu variabel/konsep (Juliansyah Noor, 2012).

#### 3.2.2.1 Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Terdapat beberapa dimensi dalam menilai kualitas produk yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja (*Performance*) merupakan karakteristik operasi dan produk inti (core product) yang dibeli. Misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan. Indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kemudahan penggunaan

2. Kenyamanan saat digunakan

2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap misalnya keunikan, keragaman. Indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Keunikan produk

2. Variasi produk atau desain

3. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai. Indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Produk tidak mudah rusak

2. Desain selalu terbaru

4. Daya tahan (*Durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis. Indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Produk tahan lama atau awet

2. Bahan baku berkualitas

5. Dimensi kemudahan perbaikan (*Serviceability*) meliputi kecepatan, kemudahan, penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan. Indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Produk mudah diperbaiki

2. Cepat dalam menangani *service* produk

### 3.2.2.2 Kualitas Pelayanan

Terdapat lima dimensi dalam menilai kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Bitner dikutip dalam Tjiptono, F & Chandra, G. (2007) adalah sebagai berikut:

1. *Responsiveness* (Ketanggapan), yaitu kemampuan untuk menolong konsumen dan ketersediaan untuk melayani konsumen dengan baik.

Indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Karyawan mampu menawarkan apa yang dibutuhkan konsumen
  2. Karyawan memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen
  3. Karyawan mampu melayani konsumen dengan baik
2. *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Karyawan melayani konsumen dengan cepat
2. Karyawan memberikan informasi dengan tepat
3. Karyawan mampu menjawab pertanyaan konsumen dengan baik

3. *Empathy* (Empati), yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada konsumen, serta kemudahan untuk dihubungi. Indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Karyawan mudah untuk ditemui
2. Karyawan mudah untuk dihubungi

3. Karyawan fokus kepada konsumen
4. Karyawan mengenali konsumen tetap
4. *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga konsumen terbebas dari resiko. Indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Karyawan sopan dan ramah terhadap konsumen
2. Karyawan bersikap jujur kepada konsumen
3. Karyawan terampil dan terlatih
4. Karyawan memberikan jaminan keamanan dalam transaksi
5. *Tangibles* (Bukti Langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi. Indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Fasilitas perusahaan lengkap
2. Kebersihan dan kenyamanan ruangan baik
3. Tempat parkir mudah dan luas
4. Lokasi dapat dijangkau dengan mudah

### **3.2.2.3 Kepuasan Konsumen**

Menurut Irawan (2009) kepuasan konsumen adalah hasil akumulasi dari konsumen atau konsumen dalam menggunakan produk dan jasa. Indikator pengukuran kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Tidak terdapat keluhan
2. Perasaan senang telah membeli produk
3. Melakukan pembelian ulang
4. Merekomendasikan kepada orang lain

### **3.3 Populasi dan sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek penelitian (Sugiyono, 2014). Populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen atau anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan dari objek penelitian (Juliansyah Noor, 2012).

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Dengan mempertimbangkan jumlah populasi dalam penelitian ini yang tidak diketahui, maka untuk menentukan jumlah sampelnya digunakan sebagaimana dituliskan oleh (Algifari, 2003)

digunakan rumus :

$$E = Z^{1/2} \alpha \times \frac{s}{\sqrt{n}}$$

Keterangan :

- n = banyaknya sampel yang diduga
- $Z^{1/2} \alpha$  = batas internal keyakinan
- s = standar deviasi sampel
- E = besar deviasi (tingkat kesalahan estimasi)

Dengan menggunakan taraf signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ),  $Z^{1/2} \alpha = 1,96$  standar deviasi 0,5 dan tingkat kesalahan maksimal yang mungkin dialami (E) tidak lebih dari 10% maka :

$$0,1 = 1,96 \times \frac{0,5}{\sqrt{n}}$$

$$0,1 = \frac{0,98}{\sqrt{n}}$$

$$\sqrt{n} = \frac{0,98}{0,1}$$

$$n = (9,8)^2$$

$$n = 96,04$$

Untuk memberikan kemudahan dalam perhitungan maka nilai  $n = 96,04$  dibulatkan menjadi 96. Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 96 responden.

### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2014). Teknik yang digunakan adalah *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan

kebetulan atau siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini semua konsumen yang berada di lokasi diikutsertakan untuk mengisi kuesioner.

### **3.5 Jenis dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Jenis Data**

Dalam penelitian ada dua jenis data yakni data primer dan data sekunder. Data primer data yang diperoleh dari tangan pertama untuk dianalisis berikutnya untuk menemukan solusi atau masalah yang diteliti (Sekaran, 2006). Data sekunder data yang telah dikumpulkan oleh para peneliti, data yang diterbitkan dalam jurnal statistik dan lainnya, dan informasi yang tersedia dari sumber publikasi atau non publikasi entah di dalam atau di luar organisasi, semua yang dapat berguna bagi peneliti (Sekaran, 2006). Data primer dalam penelitian adalah hasil dari kuesioner, sementara untuk data sekunder adalah data yang di dapat dari data yang diperoleh dari dokumentasi atau catatan perusahaan.

#### **3.5.2 Metode Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini, jenis data yang dikumpulkan adalah data primer, yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Meubel Lucia Baru Furniture. Menurut (Juliansyah Noor, 2012) kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar



pertanyaan tersebut. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2014) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara penyebaran kuesioner yang diberikan kepada responden. Materi kuesioner yang disebarkan berisi pernyataan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Setiap poin jawaban pada kuesioner ditentukan skornya menggunakan *rating scale*. Arti angka yang digunakan dalam setiap pertanyaan adalah:

4 = Sangat setuju

3 = Setuju

2 = Tidak setuju

1 = Sangat Tidak Setuju

### **3.6 Teknik Analisis Data**

#### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif yaitu analisis dengan menjelaskan keterkaitan atau hubungan data penelitian dalam bentuk kalimat. Analisis ini bertujuan untuk mengubah kumpulan data menjadi data yang lebih ringkas dan mudah dipahami. Data yang terdapat pada kuesioner biasanya memiliki nilai yang beragam dan

kurang bermakna sehingga harus mengartikan nilai-nilai yang diperoleh, nilai tersebut mewakili semua data dalam kuesioner.

### 3.6.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner sehingga dapat mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan dalam kuesioner pada umumnya digunakan untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu.

Rumus uji validitas :

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Dimana :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi sederhana antara skor  $x$  dengan skor  $y$

$N$  = banyaknya responden

$x$  = skor subjek dari seluruh item

$y$  = skor total dari seluruh item

$\Sigma X$  = jumlah skor dalam distribusi  $X$

$\Sigma Y$  = jumlah skor dalam distribusi  $Y$

$\Sigma X^2$  = jumlah kuadrat dalam skor distribusi  $X$

$\Sigma Y^2$  = jumlah kuadrat dalam skor distribusi  $Y$

### 3.6.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Situmorang, 2010). Uji

reliabilitas digunakan untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan. Salah satu metode pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan metode *alpha-cronbach* (Juliansyah Noor, 2012).

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Keterangan :

- $r_i$  : Alfa Cronbach  
 $k$  : Mean kuadrat antara subyek  
 $\sum s_i^2$  : Mean Kuadrat kesalahan  
 $s_t^2$  : Varians total

Dengan dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- a. Jika koefisien alpha *Cronbach* positif  $\geq 0,6$  maka faktor tersebut reliabel.
- b. Jika koefisien alpha *Cronbach* negatif  $\leq 0,6$  maka faktor tersebut tidak reliabel.

### 3.6.4 Uji Asumsi Klasik

#### 3.6.4.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Gejala multikolinieritas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Deteksi ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai VIF (*Variable Inflation Factor*) dan *tolerance*. Model regresi dikatakan bebas dari multikolinieritas apabila nilai VIF < 10, dan *tolerance* > 0,1 (10%) (Ghozali, 2005).

Prosedur pengujian multikolinieritas adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis operasional

H<sub>0</sub> : tidak ada pengaruh multikolinieritas

H<sub>a</sub> : ada pengaruh multikolinieritas

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan

H<sub>0</sub> diterima jika VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1

H<sub>0</sub> ditolak jika VIF > 10 dan nilai *tolerance* < 0,1

3. Menghitung nilai VIF dan nilai *tolerance* dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data SPSS

4. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir 2 dan 3

#### 3.6.4.2 Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas digunakan untuk menemukan kondisi dimana nilai residu (perbedaan antara nilai sesungguhnya dengan nilai pendugaannya) tetapi konstan untuk semua nilai variabel bebas ( $X$ ). Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedasitas dengan melihat gambar scatterplot antara prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Suatu model persamaan regresi linier berganda dapat dikatakan bebas dari heteroskedasitas apabila residual pada gambar *scatterplot* menyebar secara acak.

Prosedur pengujian heteroskedasitas adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis operasional

$H_0$  : tidak ada pengaruh heteroskedasitas pada model regresi berganda

$H_a$  : ada pengaruh heteroskedasitas pada model regresi berganda

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan

$H_0$  diterima jika residual pada gambar *scatterplot* menyebar secara acak

$H_0$  ditolak jika residual pada gambar *scatterplot* tidak menyebar secara acak

3. Membuat gambar *scatterplot* dengan menggunakan program pengolahan data SPSS
4. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir 2 dan 3

### 3.6.4.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak (Juliansyah Noor, 2012). Salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih handal dengan melihat *normal p-p plot of regression standardized* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2005).

Prosedur pengujian normalitas adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis operasional

$H_0$  : data residual berdistribusi normal

$H_a$  : data residual tidak berdistribusi normal

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan

$H_0$  diterima jika data tersebar sekitar garis diagonal grafik normal plot

$H_0$  ditolak jika data tersebar jauh dari garis diagonal grafik normal plot

3. Membuat grafik normal plot dengan menggunakan program pengolahan data SPSS
4. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir 2 dan 3

#### **3.6.4.4 Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh semua variabel bebas (X) secara serempak terhadap variabel terikat (Y). Dengan pengolahan data melalui SPSS,  $R^2$  adalah angka yang menunjukkan berapa persen (proporsi) variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam data. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu) atau seratus dalam proporsi.

#### **3.6.4.5 Uji Korelasi Berganda (R)**

Uji korelasi ganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antar variabel dependen dan variabel independen secara bersamaan. Bila R negatif berarti terdapat pengaruh linier negatif antara X dan Y sempurna negatif, bila  $R=0$  (nol) berarti tidak terdapat pengaruh linier, dan bila R positif berarti ada pengaruh linier antara X dan Y sempurna positif.

#### **3.6.4.6 Uji Koefisien Determinasi Parsial ( $r^2$ )**

Uji koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu untuk mengetahui sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikatnya. Variabel bebas yang mempunyai  $r^2$  paling besar menunjukkan bahwa variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikatnya.

#### **3.6.4.7 Uji Korelasi Parsial ( $r$ )**

Uji korelasi parsial digunakan untuk mengetahui tingginya derajat hubungan satu variabel independen terhadap variabel dependen, jika variabel independen yang lain dianggap konstan.

### **3.7 Uji Hipotesis**

#### **3.7.1 Uji F**

Uji hipotesis (F-test) bertujuan untuk mengetahui bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen (Nugroho, 2005). Uji F digunakan untuk membuktikan hipotesis, adapun langkah-langkahnya yaitu:

1. Merumuskan Hipotesis Operasional, yaitu  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$ : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama.

$H_a$ : Ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama.

2. Menetapkan Taraf Signifikansi ( $\alpha$ ), yaitu  $\alpha=5\%$  atau 0,05
3. Membuat Kesimpulan:
  - a. Jika  $p > \alpha = H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.



b. Jika  $p < \alpha = H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

4. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) pada program spss.

### 3.7.2 Uji t

*t*-test bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. (Nugroho, 2005). Uji *t* digunakan untuk membuktikan hipotesis, adapun langkah-langkahnya yaitu:

1. Merumuskan hipotesis operasional, yaitu  $H_0$  dan  $H_a$ .

$H_0$ : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk atau kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial.

$H_a$ : Ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk atau kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial.

2. Menetapkan taraf signifikansi ( $\alpha$ ), yaitu  $\alpha = 5\%$  atau 0,05.
3. Membuat kesimpulan:

a. Jika  $p > \alpha = H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b. Jika  $p < \alpha = H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

4. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) pada program spss.

### 3.8 Uji Regresi

#### 3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Bentuk umum persamaannya adalah sebagai berikut(Sugiyono, 2014):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y = KepuasanKonsumen

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

X<sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan

a = Konstanta

bn = Koefisien regresi untuk variabel bebas n

