

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian verifikatif, pendekatan kuantitatif dan metodenya *explanatory* yang tujuannya adalah menganalisis antar variabel yang menjelaskan suatu fenomena tertentu. Dengan menggunakan skala pengukuran Likert, metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara, kuisisioner, serta dokumentasi.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu responden diberi beberapa pertanyaan dalam bentuk angket/kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Dengan demikian sumber datanya adalah data

primer yaitu diambil langsung dari sampel dan dikumpulkan langsung, teknik analisis data menggunakan metode regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS.

3.2 Obyek dan Lokasi Penelitian

Dalam penelitian, lokasi yang dipilih adalah Rumah Makan Dapur Dk (Dewi Kahyangan) Jombang. Obyek penelitian ini adalah *perceived value* dan *food quality* terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Dapur Dk (Dewi Kahyangan) Jombang.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.3.1 Definisi Operasional

1. *perceived Value*(X1)

Mengacu pada konsep Menurut Tjiptono (2016) *perceived value* dalam penelitian ini segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen yang diukur menggunakan indikator yaitu

1. *Emotional Value* yaitu suatu keadaan yang berasal dari perasaan atau emosi positif yang ditimbulkan dari mengkonsumsi produk.
2. *Social Value* itu suatu keadaan yang didapatkan dari kemampuan produk untuk meningkatkan konsep diri sosial konsumen.
3. *Performance* yaitu suatu keadaan yang diperoleh dari persepsi terhadap kualitas dan kinerja yang diharapkan.
4. *Price/ Value of Money* yaitu suatu keadaan dimana produk merupakan reduksi biaya jangka pendek dan biaya jangka panjang.

2. *Food Quality* (X2)

Mengacu pada konsep (Walter *et al.*, 2010: Jang dan Mankung, 2009) *Food Quality* dalam penelitian ini merupakan produk utama yang di tawarkan ke konsumen, sehingga rumah makan harus bisa menjaga harapan konsumen

mengenai kualitas dari produk yang ditawarkan. Penelitian ini menggunakan indikator dari konsep Essinger dan Wylie (2003) yaitu

1. Rasa, Kualitas rasa yang dijaga dengan baik sesuai cita rasa yang diinginkan oleh konsumen
2. kuantitas porsi, persepsi konsumen tentang kuantitas di ukur dengan porsi makanan yang sesuai dengan keinginan.
3. variasi menu, persepsi konsumen mengenai variasi menu yang disajikan bermacam macam.
4. citra rasa yang khas, persepsi konsumen tentang keunikan/kekhasan rumah makan Dapur Dk (Dewi Kahyangan).
5. higienitas atau kebersihan, persepsi konsumen mengenai kebersihan dalam pengolahan dan penyajian.
6. Inovasi, persepsi konsumen tentang rasa baru yang ditawarkan kepada konsumen yang akan membuat konsumen tidak bosan dengan produk yang ditawarkan sehingga konsumen memiliki banyak pilihan.

1. Kepuasan Konsumen (Y)

Mengacu pada konsep menurut Umar (2003) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli, dimana penilaian terhadap kinerja alternative produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi keinginan sebelum pembelian, yang diukur menggunakan indikator dari Tjiptono (2014) yaitu

1. kesesuaian harapan, Tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan dengan apa yang dirasakan konsumen.

2. minat berkunjung kembali, Kesiediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
3. kesiediaan merekomendasikan, Kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Tabel 3.1
Instrument penelitian

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Sumber
<i>Perceived Value (X1)</i>	1. <i>Emotional Value</i>	1. Saya sangat puas berkunjung ke rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang.	Tjiptono (2016)
	2. <i>Social Value</i>	2. Rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) merupakan tempat makan yang nyaman untuk berkumpul dengan teman	
	3. <i>Performance</i>	3. Pelayan di Rumah makan di Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang sangat cekatan.	

Lanjutan Tabel 3.1
Instrument penelitian

	4. <i>Price/ Value of Money</i>	4. Harga makanan di rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang sesuai dengan kemampuan saya.	
<i>Food Quality (X2)</i>	1. Kualitas Rasa	5. Masakan di Rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang memiliki kualitas rasa yang sesuai dengan keinginan konsumen	Essinger dan Wylie (2003)
	2. kuantitas porsi	6. Rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang memiliki porsi yang sesuai dengan konsumen.	
	3. variasi menu	7. Rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang memiliki variasi menu masakan yang beragam.	
	4. citra rasa yang khas	8. Rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang memiliki cita rasa yang khas.	
	5. higienitas atau kebersihan	9. Rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang selalu menjaga kebersihan dalam menyajikan makanan.	
	6. Inovasi	10. Rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang selalu menawarkan menu masakan yang baru.	

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Item pernyataan	sumber
Kepuasan Konsumen (Y)	1. kesesuaian harapan	11. Rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang menyajikan menu sesuai dengan harapan konsumen.	Tjiptono (2014)
	2.minat berkunjung kembali	12. Saya berminat akan berkunjung kembali untuk makan di rumah makan Dapur Dk (Dewi Kahyangan) Jombang.	
	3.kesediaan merekomendasikan	13.Saya akan merekomendasikan kepada teman untuk berkunjung ke rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang. 14. Saya akan merekomendasikan kepada keluarga untuk berkunjung ke rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) jombang.	

3.3.2 Skala Pengukuran Variabel

Pengisian angket dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2012) Skala Likert adalah Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, sehingga responden harus menggambarkan dan mendukung pernyataan tidak mendukung pernyataan. Skor pilihan jawaban untuk angket yang diajukan untuk pernyataan positif dan negatif adalah sebagai berikut :

- a. Skor 5, dengan kategori Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4, dengan kategori Setuju (S)
- c. Skor 3, dengan kategori Netral (N)

- d. Skor 2, dengan kategori Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1, dengan kategori Sangat Tidak Setuju (STS)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sanusi (2011), populasi adalah jumlah yang menunjukkan karakteristik atau ciri ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan, populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Rumah Makan Dapur DK Jombang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

3.4.2 Sampel

Menurut Arianto (2010) sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan belum diketahui secara pasti jumlahnya. Penentuan jumlah sampel yang tidak diketahui populasinya adalah menggunakan rumus sebagai berikut (Wibisono,2003) :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z_α = Nilai yang diperoleh dari tabel normalitas tingkat keyakinan

e = Kesalahan penarikan sampel

2σ = Standar Deviasi

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini sebesar 95% maka nilai Z 0,05 adalah 1,96 dan standar deviasi (α)= 0,25. Tingkat kesalahan dalam penarikan

sampel ditentukan sebesar 5% atau 0,05 maka dengan menggunakan rumus tersebut dapat ditentukan jumlah sampelnya yaitu :

$$n = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan perhitungan diatas besarnya nilai sampel sebesar 96,04 responden. Untuk memudahkan perhitungan maka besarnya pengambilan dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4.3 Teknik pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik non probability yang sampelnya berjenis *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Ferdinand,2014) .adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah konsumen pada rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang.

3.5 Jenis, Sumber Data dan Metode Pengambilan Data

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya dengan metode survey yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer yang ada di dalam penelitian ini diperoleh langsung dari penyebaran angket kepada konsumen rumah makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) yang hasilnya akan digunakan dalam analisis.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung dengan melalui perantara. Baik berupa keterangan maupun referensi yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, data sekunder bersumber melalui berbagai jurnal, penelitian terdahulu, dan artikel yang diambil dari internet.

3.6 Metode Pengambilan Data

3.6.1 Angket

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2012). Angket pada penelitian ini terdiri dari pernyataan yang bersumber dari indikator variabel penelitian.

3.6.2 Dokumentasi

Pengumpulan data melalui buku, jurnal, situs internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dan menjadi bahan referensi pendukung bagi penelitian.

3.7 Uji Instrument

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengukur seberapa baik suatu instrument yang digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2012). Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut dapat mengukur apa yang ingin diukur.

Cara menguji validitas dapat menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*(Sugiyono, 2013).

Rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = korelasi

x = variabel independen

y = variabel dependen

perhitungan rumus tersebut menggunakan bantuan SPSS. Kriteria penilaian uji validitas adalah :

1. apabila r hitung > nilai koefisien (pada taraf signifikan 0.3) maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila r hitung < nilai koefisien (pada taraf signifikan 0,3) maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Adapun uji coba validitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji validitas per item dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	Nilai koefisien	keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,793	0,3	Valid
	Y2	0,923	0,3	Valid
	Y3	0,919	0,3	Valid
	Y4	0,912	0,3	Valid
<i>Perceived Value</i> (X1)	X1.1	0,891	0,3	Valid
	X1.2	0,760	0,3	Valid

	X1.3	0,842	0,3	Valid
	X1.4	0,708	0,3	Valid
<i>Food Quality</i> (X2)	X2.1	0,851	0,3	Valid
	X2.2	0,794	0,3	Valid
	X2.3	0,756	0,3	Valid
	X2.4	0,756	0,3	Valid
	X2.5	0,650	0,3	Valid
	X2.6	0,753	0,3	Valid

Sumber :Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 3.2 diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang terdapat pada variabel *perceived value*, *food quality* dan kepuasan konsumen diperoleh r hitung lebih besar dari nilai koefisien, sehingga semua item pernyataan dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan setelah uji validitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji hasil pengukuran dengan alat yang sudah dilakukan apakah sudah dapat dipercaya atau belum. Reliabilitas merupakan suatu uji untuk menjelaskan apakah suatu instrument telah cukup untuk dipercaya dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data karena instrument tersebut sudah terbukti kebenarannya (Arikunto, 2006).

Uji reliabilitas ini menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS 21. Adapun cara yang dilakukan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien *Cronbach's Alpha*, yaitu :

- a. Apabila hasil koefisien Alpha > taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.

- b. Apabila hasil koefisien Alpha < taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

Adapun uji coba reliabilitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil pengujian reliabilitas untuk masing masing variabel dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.3
Hasil Pengujian
Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	0,903	<i>Reliabel</i>
<i>Perceived Value</i> (X2)	0,811	<i>Reliabel</i>
<i>Food Quality</i> (X2)	0,851	<i>Reliabel</i>

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai lebih dari 0.6 sehingga dinyatakan *reliable* dan selanjutnya semua item dalam setiap variabel layak untuk dijadikan sebagai alat ukur.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlakukan umum atau generalisasi (Sanusi, 2011). Dalam metode ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Skor} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kategori}}$$

Skor tertinggi : 5

Sor terendah : 1

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

Tabel 3.4
Nilai Skor dan Kategori

Nilai	Kategori
1,0 – 1,8	sangat buruk
1,9 – 2,6	Buruk
2,7 – 3,4	Cukup
3,5 – 4,2	Baik
4,3 – 5,0	sangat baik

Sumber: (Sudjana, 2012)

3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*). metode ini juga digunakan sebagai ramalan, sehingga dapat diperkirakan antara baik atau buruknya suatu variabel independen terhadap naik turunnya suatu tingkat variabel dependen, begitu pun sebaliknya. Rumus Regresi Linier Berganda (Umar,2010) :

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

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

A = Harga Y bila X = 0 (Harga Konstan)

b = angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel independe. Bila $b (+)$ maka naik dan bila $b (-)$ maka terjadi penurunan.

X_1 = Variabel bebas (*Perceived value*)

X_2 = Variabel bebas (*Food Quality*)

E = *error* atau sisa

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum melakukan analisis regresi. Tujuan pelaksanaan uji asumsi klasik adalah untuk mengetahui apakah data dari kuesioner menunjukkan kondisi sebenarnya dan tidak bisa sehingga layak untuk diuji. Uji asumsi klasik meliputi

3.9.1 Uji Normalitas

uji normalitas digunakan untuk mengetahui distribusi model regresi dalam variabel dependen dan variabel independen normal atau tidak normal. Model regresi yang dikatakan baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal ataupun mendekati normal. (Ghozali, 2013). Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji statistic Kolmogorov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusan tersebut berdasarkan pada taraf signifikan hasil perhitungan dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Probabilitas $> 0,05$: hipotesis diterima apabila nilai signifikan lebih besar 0.05 maka data dikatakan normal.
- b. Probabilitas $< 0,05$: hipotesis ditolak apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka data dikatakan tidak normal.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal (Ghozali, 2011). Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a. Jika data menyebarkan disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui apakah didalam regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas dalam penelitian (Ghozali, 2011). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan nilai *Variance influence factor (VIF)* dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai $VIF > 10$ dan $Tolerance < 0,1$, maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinearitas.
- b. Jika nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$, maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk meguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residul dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. untuk menganalisis Grafik *Scatter Plot* dengan menggunakan kriteria sebagai berikut :

- a. jika sebaran titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya berada di atas dan di bawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak masalah heteroskedastisitas.
- b. Jika sebaran titik-titik membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya hanya berada di atas atau di bawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi terdapat masalah heteroskedastisitas. (Ghozali, 2012).

3.9.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Apabila terjadi korelasi maka dikatakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW test) dengan syarat $du < DW$. Apabila nilai Durbin-watson (d) lebih besar daripada batas atas (dU) dan lebih kecil dari $4-dU$, maka dapat dinyatakan tidak terdapat autokorelasi (Ghozali, 2011).

3.10 Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Sugiyono (2011) uji-t menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel *Perceived Value* (X1) dan *Food Quality* (X2) terhadap Kepuasan konsumen (Y).

Ha : $b_1 \neq b_2 \neq 0$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel *Perceived Value* (X1) dan *Food Quality* (X2) terhadap Kepuasan konsumen (Y).

Kriteria :

Ho diterima dan *Ha* ditolak bila signifikan hitung $\geq 0,05$

Ho ditolak dan *Ha* diterima bila signifikan hitung $\leq 0,05$

2.Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinan bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya. Untuk mengavaluasi model regresi terbaik, penelitian ini berpatokan pada nilai *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi yang sudah disesuaikan karena apabila memakai nilai *R Square* akan menimbulkan suatu bias yang dapat meningkatkan R jika ada penambahan variabel independen. Berbeda dengan *R Square*, nilai *Adjusted R Square* tidak akan menimbulkan bias karena nilai *R Square* dapat naik atau turun apabila sebuah variabel independen ditambahkan dalam model.