

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian korelasional, yakni penelitian yang bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih dan seberapa besar korelasi atau hubungan yang ada pada variabel-variabel yang diteliti (Kuncoro, 2009). Metode penelitian yang dipakai adalah kausalitas merupakan tipe penelitian *ex post facto*, yaitu tipe penelitian terhadap data yang telah dikumpulkan setelah terjadinya suatu peristiwa atau fakta (Aulia dan Hidayat, 2017). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yakni metode riset yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dipakai dalam meneliti populasi sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pendataan data memakai instrumen penelitian, analisis data memiliki sifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2014).

#### **3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

##### **Kualitas Produk (X1)**

Kualitas produk merupakan ciri khas produk dalam memuaskan keinginan konsumen sehingga kualitas produk erat kaitannya dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Indikator kualitas produk yang dipakai dalam penelitian ini menurut (Tjiptono, 2008), adalah:

1. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*)

Karakteristik sekunder pada Ramen Hanara adalah konsumen dapat mengetahui berbagai *topping* yang menjadi keistimewaan dari Ramen Hanara Jombang.

2. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)

Kesesuaian produk dengan standart yang diharapkan oleh konsumen, perbandingan produk Ramen Hanara pada daftar menu ataupun media sosial dengan kenyataan ketika berkunjung ke Ramen Hanara Jombang.

3. Keindahan (*aesthetic*)

*Aesthetic* yang ada pada Ramen Hanara Jombang adalah *plating* atau penataan makanan yang disajikan.

4. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

Penilaian konsumen ketika mendengar “Ramen Hanara” konsumen akan mempersepsikan tentang makanan Jepang, China, atau Korea.

## **Kualitas Layanan (X2)**

Kualitas layanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang diberikan dibanding harapan. Indikator kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Tjiptono dan Chandra, 2012):

1. *Reliability* (keandalan)

kemampuan Ramen Hanara Jombang keandalan dibuktikan dengan waktu menunggu pesanan datang yaitu hanya 15 menit.

## 2. *Responsiveness* (ketanggapan)

Pelayan Ramen Hanara akan tanggap jika konsumen menanyakan informasi-informasi mengenai menu seperti *topping*, yang tidak semua konsumen memahami Bahasa Korea yang dipakai dalam Ramen Hanara Jombang.

## 3. *Assurance* (jaminan atau kepastian)

Ramen Hanara memiliki pelayan yang sangat mengetahui varian menu dan istilah-istilah asing yang dipakai dalam menu.

## 4. *Empathy* (empati)

Ramen Hanara mampu memenuhi keinginan konsumen dengan menyediakan menu yang diharapkan konsumen secara individual dengan menyediakan berbagai varian *topping* yang sesuai dengan keinginan individu konsumen yang berbeda-beda karakter.

## 5. *Tangibles* (bukti fisik)

Keterampilan dalam menunjukkan eksistensinya untuk pihak eksternal, seperti lukisan yang ada pada Ramen Hanara.

## **Kepuasan Konsumen (Y)**

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa konsumen yang terjadi setelah membandingkan persepsi dan kesan dengan kinerja produk dan harapannya, jika konsumen merasa puas konsumen akan mengkonsumsinya lagi di waktu mendatang. Indikator kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah (Tjiptono dan Chandra, 2012):

1. Penilaian pelanggan, yaitu pelanggan memberikan nilai terhadap produk dan produk pesaing.
2. Konfirmasi harapan, yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian pelanggan antara harapan dan kinerja aktual produk.
3. Minat pembelian ulang, yaitu perilaku pelanggan dalam berbelanja dan menggunakan produk kembali.
4. Kesiediaan untuk merekomendasi, yaitu kesiediaan guna merekomendasi, yaitu keinginan pelanggan guna merekomendasikan produk.

Tabel 3.1  
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

| VARIABEL             | INDIKATOR                            | ITEM PERNYATAAN  | SUMBER         |
|----------------------|--------------------------------------|--|----------------|
| KUALITAS PRODUK (X1) | <i>Features</i>                      | 1. <i>Topping</i> yang ada menjadikan Ramen Hanara menarik.  | Tjiptono, 2008 |
|                      |                                      | 2. Menu variatif.  |                |
|                      |                                      | 3. Side dish berbeda pada umumnya.   |                |
|                      | <i>Conformance to specifications</i> | 4. Menu yang disajikan sesuai dengan keinginan.  |                |
|                      |                                      | 5. Menu yang disajikan mempunyai tekstur khas  |                |
|                      | <i>Aesthetic</i>                     | 6. Tampilan menu pada Ramen Hanara sangat unik.  |                |
|                      |                                      | 7. <i>Plating</i> (penataan menu) sangat rapi  |                |
|                      |                                      | 8. Mempunyai <i>aesthetic</i> atau keindahan.  |                |
|                      | <i>Perceived Quality</i>             | 9. Makanan yang sesuai dengan persepsi saya mengenai makanan ala Korea, China, maupun Jepang, baik dari tekstur rasa maupun cara makan hingga penyajian. |                |

Lanjutan Tabel 3.1

|  |                               |  |                            |
|--|-------------------------------|--|----------------------------|
| KUALITAS LAYANAN (X2)  | <i>Reliability</i>            | 10. Waktu tunggu menu sampai dihidangkan cepat.  | Tjiptono dan Chandra, 2012 |
|  | <i>Responsiveness</i>         | 11. Penanganan pada menu yang dipesan sangat tepat.                                    |                            |
|  |                               | 12. Pelayan sangat memahami tentang informasi pada menu.                               |                            |
|  | <i>Assurance</i>              | 13. Pelayanan yang dilakukan sangat ramah.   |                            |
|  |                               | 14. Pelayanan yang dilakukan sopan.  |                            |
|  | <i>Empathy</i>                | 15. Pelayan memberikan masukan mengenai topping yang sesuai dengan keinginan konsumen. |                            |
|  | <i>Tangibles</i>              | 16. Selalu membuat tata ruang yang nyaman bagi konsumen.                               |                            |
| 17. Penampilan tempat sesuai dengan konsep "Ramen Hanara"                      |                               |  |                            |
| KEPUASAN KONSUMEN (Y)  | Penilaian Pelanggan           | 18. Menu mie pada Ramen Hanara sangat unik.  | Tjiptono dan Chandra, 2012 |
|  |                               | 19. Menu berbeda dengan menu pada umumnya.   |                            |
|  | Konfirmasi harapan            | 20. Sangat puas dengan menu yang disajikan sesuai dengan keinginan.                    |                            |
|  | Minat pembelian ulang         | 21. Bersedia membeli kembali di lain waktu.  |                            |
|  | Kesediaan untuk merekomendasi | 22. Bersedia merekomendasikan Ramen Hanara kepada teman maupun saudara.                |                            |
| 23. Bersedia merekomendasikan Ramen Hanara kepada orang lain yang membutuhkan. |                               |  |                            |

### Pengukuran Variabel

Pengukuran nilai variabel dengan instrumen penelitian dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* dipakai untuk mengukur sikap, pendapat dan

persepsi seseorang tentang gejala social (Sugiyono, 2014), jawaban masing-masing item instrumen memiliki gradasi dari paling positif sampai paling negatif, yaitu:

Tabel 3.2  
Rentang penilaian Skala *likert* dalam penelitian ini

| Penilaian           | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat Setuju       | 5    |
| Setuju              | 4    |
| Ragu-ragu           | 3    |
| Tidak Setuju        | 2    |
| Sangat Tidak Setuju | 1    |

Sumber : Sugiyono "metode penelitian bisnis" , 2014

### 3.3 Penentuan 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 dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Ramen Hanara Jombang yang pernah berkunjung ke Ramen Hanara Jombang yang sangat banyak jumlahnya.

#### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 Responden. Berikut rumus pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini (Riduwan, 2010):

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

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

Di mana:

$n$  : Jumlah sampel

$Z_{\alpha}$  : Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,962

$e$  : Kesalahan penarikan sampel pada penelitian ini ditetapkan 5% atau 0,05.

Dengan menggunakan standar deviasi ( $\sigma$ ) = 0,25, dan tingkat *Error* atau kesalahan sebesar 5%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar 96,04. Berdasarkan penghitungan di atas, sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 responden, dan untuk melengkapi dan menyempurnakan penelitian ini, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang. Jumlah tersebut ditetapkan dengan maksud untuk mengantisipasi kuesioner/angket yang tidak terisi menyeluruh atau jawaban responden yang kurang sesuai dengan pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner/angket penelitian.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014), dalam penelitian ini menggunakan jenis teknik *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel secara aksidental dengan mengambil responden secara kebetulan ada atau berada di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo, 2010). Pada penelitian ini spesifikasi dari responden adalah konsumen yang telah melakukan pembelian minimal 2 kali pada Ramen Hanara Jombang.

### **3.4 Sumber Data, Serta Metode Pengumpulan Data**

Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini ialah data primer dan sekunder, data primer ialah sumber data yang langsung memberikan data untuk pengumpul data, dan data sekunder ialah sumber data yang tidak langsung memberikan data untuk pengumpul data (Sugiyono, 2014).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden dengan cara membagikan kuesioner/angket berkaitan dengan ini yaitu konsumen Ramen Hanara Jombang, dan data sekunder berupa data yang sudah tersedia dan diperoleh dari perusahaan pada penelitian ini adalah Ramen Hanara Jombang.

Metode pengumpulan data :

1. Wawancara merupakan pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung.
2. Kuesioner/angket merupakan pengumpulan data dengan mengajukan pernyataan/pertanyaan tertulis kepada responden.

### **3.5 Uji Instrumen**

#### **3.5.1 Uji validitas**

Uji validitas merupakan langkah pengujian terhadap isi instrumen (Sugiyono, 2014), uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner/angket, Masing-masing item bisa dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Atau rhitung harus lebih besar dari 0,361 (5%).

Koefisien korelasi dalam uji validitas dapat menggunakan rumus Pearson dengan angka kasar, sebagai berikut (Widiyanto, 2010):



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

Dimana :

- r = Korelasi  
 X = Skor item X  
 Y = Total item Y  
 N = Banyaknya sampel dalam penelitian

Hasil perhitungan kemudian dibandingkan dengan  $r_{tabel}$ , sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pertanyaan dikatakan valid.
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item pertanyaan dikatakan tidak valid.

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas sebanyak 30

Responden, Berikut hasil uji validitas item pernyataan:

Tabel 3.3  
 Hasil Pengujian Validitas

| Butir pernyataan | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|------------------|--------------|-------------|------------|
| KP1              | 0,637        | 0,361       | VALID      |
| KP2              | 0,621        | 0,361       | VALID      |
| KP3              | 0,581        | 0,361       | VALID      |
| KP4              | 0,632        | 0,361       | VALID      |
| KP5              | 0,649        | 0,361       | VALID      |
| KP6              | 0,823        | 0,361       | VALID      |
| KP7              | 0,616        | 0,361       | VALID      |
| KP8              | 0,772        | 0,361       | VALID      |
| KP9              | 0,702        | 0,361       | VALID      |
| KL1              | 0,817        | 0,361       | VALID      |
| KL2              | 0,769        | 0,361       | VALID      |
| KL3              | 0,725        | 0,361       | VALID      |
| KL4              | 0,821        | 0,361       | VALID      |
| KL5              | 0,785        | 0,361       | VALID      |
| KL6              | 0,645        | 0,361       | VALID      |
| KL7              | 0,616        | 0,361       | VALID      |
| KL8              | 0,665        | 0,361       | VALID      |
| KK1              | 0,798        | 0,361       | VALID      |
| KK2              | 0,837        | 0,361       | VALID      |
| KK3              | 0,770        | 0,361       | VALID      |
| KK4              | 0,858        | 0,361       | VALID      |
| KK5              | 0,739        | 0,361       | VALID      |
| KK6              | 0,708        | 0,361       | VALID      |

Sumber : data primer yang diolah, tahun 2018

Dari tabel 3.3 dapat diketahui bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,361 (5%).

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner/angket. Kuesioner/angket adalah indikator dari sebuah variabel, suatu instrumen dan data yang diperoleh disebut *reliable* atau terpercaya bilamana instrumen itu secara konsisten menimbulkan hasil yang sama masing-masing setiap dilakukan pengukuran (Ferdinand, 2002). Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner/angket dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *alpha cronbach*, yaitu: Berikut rumusnya menurut Sugiyono (2014) :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Di mana :

$\alpha$  = Koefisien reliabilitas *alpha cronbach*

k = Jumlah item

$S_i$  = Varians responden untuk item I

$S^2$  = Jumlah varians skor total

Hasil perhitungan kemudian dibandingkan dengan taraf signifikan berikut:

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

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

Berikut hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel:

Tabel 3.4

Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel          | <i>Cronbach Alpha</i> | Koefisien $\alpha$ | Keterangan |
|-------------------|-----------------------|--------------------|------------|
| Kualitas Produk   | 0,846                 | 0,6                | Reliabel   |
| Kualitas Layanan  | 0,875                 | 0,6                | Reliabel   |
| Kepuasan Konsumen | 0,874                 | 0,6                | Reliabel   |

Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2018

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur masing-masing variabel dari angket adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pernyataan pada masing-masing konsep tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

### 3.6 Uji Asumsi Klasik

#### 3.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan guna menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki penyaluran normal. Peneliti menggunakan analisis grafik dalam riset ini, jika data menyebar di dekat grafik diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram memperlihatkan pola penyaluran normal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### 3.6.2 Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi atau hubungan diantara variabel independen. Untuk mendeteksi terdapat atau tidaknya

multikolinearitas di dalam model regresi ialah dengan menyaksikan nilai tolerance atau toleransi dan lawannya VIF (*variance inflation factor*). Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas (Gujarati, 2012), Berikut rumus yang dipakai dalam penelitian ini menurut Singgih (Santoso, 2012).

$$VIF = 1 / tolerance \text{ atau Toleransi} = 1 / VIF.$$

### 3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan guna menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance atau variansi dari residual antar pengamatan. Jika variansi dari residual satu pemantauan ke pemantauan lainnya tetap maka bisa disebut Homoskedastisitas, yaitu dengan menyaksikan grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (terikat) yakni ZPRED dengan residualnya SRESID, andai tidak ada pola yang jelas dan juga titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka “0” pada sumbu “Y”, maka bisa disebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.6.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan guna menguji apakah dalam model regresi linier terdapat hubungan atau korelasi antar kekeliruan pengganggu pada periode “t” dengan kekeliruan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya untuk mendeteksi autokorelasi ini dapat dilakukan dengan uji *Durbin-Waston* (DW test).

### 3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini data dianalisis secara statistik inferensial adalah teknik statistik yang dipakai untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi berdasarkan data sampel itu kebenarannya memiliki peluang yang disebut *probability* (Sugiyono, 2014), pengujian diolah dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

#### 1.7.1 Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif ialah metode yang dipakai untuk meneliti data dengan teknik mendeskripsikan atau mencerminkan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisa deskriptif dipergunakan untuk memahami frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket.

Untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut (Sudjana, 2005):

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Rentang interval skor yaitu 0,8, artinya kriteria kategori jawaban responden dengan rentan nilai 0,8 maka ditentukan skala intervalnya dengan cara sebagai berikut:

1. 1,0 - 1,8 = Rendah sekali
2. 1,81 - 2,6 = Rendah

3. 2,61 - 3,4 = Cukup
4. 3,41 - 4,2 = Tinggi
5. 4,21 - 5,0 = Sangat Tinggi

*Sumber : Sudjana, 2005*

### 3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (kualitas produk, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Rumus matematis dari regresi linear berganda yang dipakai pada penelitian ini (Sugiyono, 2014) adalah :

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

## 3.8 Uji Hipotesis

### 3.8.1 Uji t

Uji signifikan parameter individual (uji t) digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari masing-masing variabel independen, apakah kualitas produk (X1), dan kualitas layanan (X2) benar – benar dominan secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yakni kepuasan pelanggan (Y).

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 ditentukan sebagai berikut:

1.  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima
2.  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

### 3.9 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi ialah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti keterampilan variabel-variabel independen dalam menyatakan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen menyerahkan hampir semua informasi yang diperlukan untuk menebak variasi variabel dependen. Berikut rumus yang dipakai dalam penelitian ini:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Di mana:

$Kd$  : Besar atau jumlah koefisien determinasi

$R^2$  : Nilai koefisien korelasi