

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah kepuasan konsumen bakso di Kota Tasikmalaya dengan ruang lingkup pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk mengetahui besar/tidaknya pola hubungan. Pada penelitian ini akan menjelaskan hubungan antara variabel bebas yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas dengan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen bakso di Kota Tasikmalaya. Sumber data yang akan dianalisis melalui wawancara dan pengisian kuesioner oleh konsumen bakso di Kota Tasikmalaya.

##### **3.2.1 Operasional Variabel**

Sesuai dengan judul “Pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada usaha Bakso di Kota Tasikmalaya”.

Maka dalam penelitian ini menggunakan suatu jenis variabel yaitu:

##### **1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau dapat menjadikan sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independennya yaitu harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), kualitas pelayanan ( $X_3$ ), dan fasilitas ( $X_4$ ).

## 2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen merupakan variabel yang dapat dipengaruhi atau yang menjadi suatu akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016:244). Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen (Y) Adapun operasional dalam pengolahan data adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Variabel Penelitian**

| No<br>(1) | Variabel<br>(2)                         | Definisi Variabel<br>(3)  | Indikator<br>(4)  | Skala<br>(5) |
|-----------|---|---|---|--------------|
| 1         | Harga<br>(X <sub>1</sub> )              | Menurut Kotler Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sementara ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya/pengeluaran. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga.</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat.</li> <li>5. Pengaruh harga terhadap keputusan konsumen</li> </ol> | Ordinal      |
| 2         | Kualitas Produk<br>(X <sub>2</sub> )    | Menurut Kotler kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya.  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Reliability</i> (Realibitas)</li> <li>2. <i>Durability</i> ( Daya Tahan)</li> <li>3. <i>Conformance</i> (Kesesuaian)</li> </ol>  | Ordinal      |
| 3         | Kualitas Pelayanan<br>(X <sub>3</sub> ) | Menurut Tjiptono (2016) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan (<i>Reliability</i>).</li> <li>2. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>).</li> <li>3. Jaminan (<i>Assurance</i>).</li> <li>4. Empati (<i>Emphaty</i>)</li> <li>5. Berwujud (<i>Tangibles</i>)</li> </ol>       | Ordinal      |

| (1) | (2)                         | (3)  | (4)  | (5)     |
|-----|-----------------------------|--|--|---------|
| 4   | Fasilitas (X <sub>4</sub> ) | Menurut (Nur & Fadili, 2021). Fasilitas mencakup perlengkapan fisik yang disiapkan oleh penyedia layanan untuk digunakan oleh konsumen dalam menjalankan kegiatannya.  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertimbangan atau perencanaan spasial aspek.</li> <li>2. Perencanaan Ruangan.</li> <li>3. Perlengkapan dan perabot perlengkapan.</li> <li>4. Unsur pendukung lainnya.</li> </ol> | Ordinal |
| 5   | Kepuasan konsumen (Y)       | Menurut Kotler dan Keller (2009: 50) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena adanya perbandingan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka Tindakan yang dilakukan konsumen. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian Harapan</li> <li>2. Minat Berkunjung Kembali</li> <li>3. Kesiediaan Merekomendasikan</li> </ol>   | Ordinal |

### 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Maka dari itu, teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Adapun teknik pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen bakso di Kota Tasikmalaya. Teknik ini dianggap efisien untuk mengetahui serta mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.

#### 3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Dalam penelitian ini data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen bakso di Kota Tasikmalaya

2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi terkait yaitu *opendata.jabarprov.go.id* Data yang diperoleh berupa jumlah umkm di Jawa Barat dan jumlah perusahaan bakso yang ada di Tasikmalaya.

### 3.2.2.2 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2016: 244) populasi merupakan jumlah dari seluruh objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen bakso di Kota Tasikmalaya yang jumlahnya tidak diketahui. Adapun teknik pengambilan sampel yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*. Sedangkan, jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*. Mengingat untuk jumlah sampel yang akan digunakan belum diketahui jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini akan menggunakan rumus lemeshow populasi tak terhingga, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel yang dibutuhkan

Z : Tingkat kepercayaan 95% = 1,96

p : maksimal estimasi

d : Tingkat kesalahan

Berdasarkan rumus diatas tersebut maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10%.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang di dapatkan untuk memudahkan penelitian digenapkan menjadi 100 responden.

### 3.3 Model Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang sudah disebutkan, maka penulis menguraikan dalam bentuk model penelitian, penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), kualitas pelayanan ( $X_3$ ), dan fasilitas ( $X_4$ ) serta variabel dependen yaitu kepuasan konsumen Bakso di Kota Tasikmalaya ( $Y$ ).

Adapun model dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Kepuasan Konsumen

$X_1$  = Harga

$X_2$  = Kualitas Produk

$X_3$  = Kualitas Pelayanan

$X_4$  = Fasilitas

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_i$  = Koefisien masing-masing variabel

$e$  = *error term*

### 3.3.1 Pengukuran Instrumen Penelitian (Skala Likert)

Menurut Sugiyono (2016: 244) Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam mengukur penelitian. Bisa juga digunakan sebagai alat ukur fenomena alam atau sosial yang akan diamati yaitu berupa variabel penelitian. Skala yang digunakan untuk mengukur instrumen penelitian ini yaitu menggunakan skala likert. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok mengenai fenomena sosial yang akan diteliti. Berikut ini adalah tabel skala likert yang akan digunakan dalam menghitung jawaban dari pertanyaan kuesioner:

**Tabel 3. 2**  
**Skala Likert**

| Skala <i>Likert</i> | Jawaban Responden         |
|---------------------|---------------------------|
| 5                   | Sangat Setuju (SS)        |
| 4                   | Setuju (S)                |
| 3                   | Netral (N)                |
| 2                   | Tidak Setuju (TS)         |
| 1                   | Sangat Tidak Setuju (STS) |

### **3.4 Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2016: 244) analisis data merupakan proses mencari serta menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri serta orang lain.

#### **3.4.1 Uji Instrumental Penelitian**

##### **3.4.1.1 Uji Validitas**

Menurut Pratisto, (2005) uji validitas dilakukan untuk diketahui kelayakan dan kehandalan instrumen penelitian. Indikator dinyatakan valid jika memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai sig  $< 0,05$ . Hal ini berarti seluruh indikator dalam penelitian ini bisa digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur variabel bebas serta variabel terikat.

##### **3.4.1.2 Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi merupakan pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliabel). Reliabilitas merupakan ciri karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Reliabilitas disebut juga sebagai keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, kesetabilan, dan sebagainya, namun ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, artinya sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari keliruan pengukuran.

### 3.4.1.3 *Method Successive Interval (MSI)*

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 Nazir, (2003) menyatakan bahwa skala likert jenis ordinal hanya menunjukkan rangkingnya saja, maka dari itu variabel yang berskala ordinal harus terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval menggunakan metode *successive interval*. Menurut Umi Narimawati, et.al (2010) dalam Muzadzi, (2013) Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Hitung frekuensi setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakukan perhitungan proporsi setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan pertanyaan.
- d. Menentukan nilai badas Z atau (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban pertanyaan.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata scale value untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area under lower limit}}$$

Keterangan:

*Density lower limit* = Keberadaan batas bawah

*Density at upper limit* = Keberadaan batas atas

*Area under upper limit* = Daerah di bawah batas atas

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

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

*Nilai hasil transformasi: score* = *scale value*<sub>minimum</sub> + *I*.

Data yang telah dibentuk skala interval kemudian ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

### 3.4.2 Analisis Regresi Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda karena terdapat lebih dari satu variabel bebas. Teknik ini menggunakan software SPSS untuk menguji pengaruh antara variabel bebas (X) harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas dengan variabel terikat (Y) kepuasan konsumen.

### 3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk persyaratan dalam menggunakan model analisis linear berganda, yang mana harus dipenuhi syarat-syarat bahwa data yang diperoleh harus berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas serta tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ditemukan permasalahan maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi. Dalam regresi linier untuk memastikan agar model tersebut *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE) dilakukan dengan pengujian sebagai berikut:

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen, variabel independen, dan keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik ialah model regresi yang berdistribusi normal. Uji normalitas ini dapat dilakukan dengan melihat plot distribusi normal dan melakukan uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria uji sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal
- b. Sedangkan jika nilai sig  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal

### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan antar variabel bebas. Adapun model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel dalam fungsi linear. Gejala adanya multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* nya. Jika nilai VIF  $< 10$  dan *tolerance*  $> 0,1$  maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan variabel varian dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah apabila dalam regresi terdapat homokedastisitas, yaitu apabila varians dari satu pengamatan ke

pengamatan yang lain tetap. Sebaliknya, jika berbeda hal tersebut dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser yaitu mengkorelasikan nilai absolut dengan masing-masing variabel. Hasil uji Glejser menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai probabilitas signifikansi perhitungan SPSS di atas tingkat kepercayaan 5%.

#### **3.4.4 Uji Hipotesis**

Uji hipotesis digunakan untuk memastikan apakah pertanyaan tersebut ditolak atau diterima. Adapun cara dalam menentukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

##### **1. Uji Statistik t**

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai probabilitas kurang dari  $\alpha = 5\%$  maka hipotesis diterima, artinya variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Begitu juga sebaliknya apabila nilai probabilitas lebih dari  $\alpha = 5\%$ , maka tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis dalam uji t ini yaitu:

a.  $H_0: \beta_i \leq 0$

Secara parsial variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, fasilitas tidak berpengaruh positif terhadap variabel terikat kepuasan konsumen bakso di Kota Tasikmalaya.

- b.  $H_a: \beta_i > 0$

Secara parsial variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh positif terhadap variabel terikat kepuasan konsumen di Kota Tasikmalaya.

Dengan keputusan:

- a.  $H_0$  tidak ditolak jika nilai  $t_{\text{statistik}} \leq t_{\text{tabel}}$ , artinya semua variabel bebas harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas tidak berpengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen bakso di Kota Tasikmalaya.
- b.  $H_a$  ditolak jika nilai  $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$ , artinya semua variabel bebas harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh positif terhadap variabel terikat kepuasan konsumen bakso di Kota Tasikmalaya.

## 2. Uji Statistik f

Uji F adalah uji signifikansi secara Bersama-sama dengan tujuan melihat pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel bebas, variabel bebas disini yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas. Untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikansinya. Jika nilai probabilitas signifikansinya kurang dari 5% maka variabel independen akan berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis dalam uji F ini adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0: \beta_i = 0$

Secara bersama-sama variabel bebas harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen bakso di Kota Tasikmalaya.

- b.  $H_a: \beta_i > 0$

Secara bersama-sama variabel bebas harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan konsumen bakso di Kota Tasikmalaya.

Dengan keputusan:

- a.  $H_0$  tidak ditolak jika nilai  $F_{\text{statistik}} \leq F_{\text{tabel}}$ , artinya semua variabel bebas yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen bakso di Kota Tasikmalaya.
- b.  $H_a$  ditolak jika nilai  $F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}}$ , artinya semua variabel bebas harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian pada sate asin pedas di Kota Tasikmalaya.

### 3.4.5 Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ini pengujian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ini dalam angka diantara 0 sampai 1. jika nilai  $R^2$  mendekati 0 maka kemampuan variabel bebas terhadap variabel terikat tidak berkaitan. Sedangkan jika nilai  $R^2$  mendekati 1 maka kemampuan variabel bebas terhadap variabel terikat sangat

berkaitan dan berhubungan. Teknik ini digunakan untuk mengetahui atau memperoleh gambaran mengenai pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas.