

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan konsumen pada kebun melon Agro Digital Tasikmalaya. Penelitian ini dilakukan oleh penulis dengan menggunakan data primer (langsung) yang diperoleh melalui wawancara dan kuesioner yang dibagikan kepada para konsumen yang pernah berbelanja di kebun melon Agro Digital Tasikmalaya.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara atau prosedur untuk memperoleh pemecahan terhadap permasalahan yang sedang dihadapi (Sudaryono, 2017:69). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu apabila semua data sudah terkumpul, maka data tersebut akan diklasifikasikan dalam data kuantitatif yang dinyatakan dengan angka. Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen kebun melon Agro Digital Tasikmalaya.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel merupakan kegiatan yang menguraikan variabel-variabel yang ada agar dapat dijadikan indikator untuk mempermudah dalam mengukur variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Dua variabel yang digunakan antara lain:

1. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sudaryono (2017:154), variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebas yang

digunakan adalah harga, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi dengan menggunakan simbol X.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sudaryono (2017:155) variabel yang dijelaskan atau yang dipengaruhi oleh variabel bebas disebut dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah kepuasan konsumen dengan menggunakan simbol Y.

Adapun Operasionalisasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1.	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.	1. Kesesuaian harapan 2. Minat membeli kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan	Ordinal
2.	Harga (X ₁)	Harga merupakan jumlah nilai yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal
3.	Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kualitas pelayanan merupakan tingkat	1. Keandalan (<i>Reability</i>)	Ordinal

		keunggulan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumen untuk memenuhi harapan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 3. Empati (<i>Emphaty</i>) 4. Bukti fisik (<i>Tangible</i>) 5. Jaminan (<i>Asurance</i>) 	
4.	Kualitas Produk (X_3)	Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, dan kemudahan dalam penggunaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tahan 2. Kesesuaian dengan spesifikasi 3. Fitur 4. Kesan kualitas produk 	Ordinal
5.	Lokasi (X_4)	Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk berpindah produk dari produsen ke konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Fasilitas 4. Lingkungan Strategis 	Ordinal

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan studi kepustakaan, yaitu peneliti mempelajari, memahami, mencermati, menelaah, dan mengidentifikasi hal-hal yang sudah ada untuk mengetahui apa yang sudah ada dan apa yang belum ada dalam bentuk jurnal-jurnal atau karya-karya

ilmiah yang berkaitan dengan permasalahan penelitian tersebut. Selain itu, penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan wawancara kepada para konsumen kebun melon Agro Digital Tasikmalaya.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, dengan cara melakukan wawancara langsung dengan para konsumen melon dengan menggunakan kuisisioner yang telah dipersiapkan.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen melon di kebun melon Agro Digital Tasikmalaya sebanyak 4.364 konsumen dari tahun 2022 sampai sekarang.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2014) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Teknik pengambilan sampel yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*. Sedangkan, jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling*. *Convenience sampling* adalah pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan rumus slovin. Menurut Sugiyono (2017) rumus slovin merupakan suatu rumus yang digunakan untuk mencari besaran sampel yang dinilai mampu mewakili keseluruhan populasi. Berikut rumus slovin yang digunakan:

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

$$n = \frac{4364}{1 + 4364 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{4364}{1 + (4364 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{4364}{1 + 43,64}$$

$$n = \frac{4364}{44,64} = 97,76 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Keterangan:

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

e = error term (10%)

3.3. Model Penelitian

Model yang digunakan untuk mengidentifikasi analisis kepuasan konsumen pada usaha perkebunan melon Agro Digital Tasikmalaya adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, yaitu untuk menganalisis hubungan dan pengaruh variabel bebas yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun bersama-sama.

Adapun persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

α = Nilai Konstan

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Pelayanan

- X_3 = Kualitas Produk
- X_4 = Lokasi
- $\beta_{1,2,3,4}$ = Koefisien Estimate
- e = Error Term

3.3.1. Pengujian Instrumen Penelitian

3.3.1.1. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) instrumen penelitian yaitu alat yang akan digunakan dengan tujuan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang akan diamati. Skala untuk mengukur instrumen penelitian ini menggunakan skala likert. Tujuan menggunakan skala likert dalam penelitian yaitu untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019).

Tabel skala *likert* yang digunakan dalam menghitung jawaban dari pertanyaan kuesioner sebagai berikut.

Tabel 3.2. Skala *Likert*

Skala <i>Likert</i>	Jawaban Responden
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Kurang Setuju
4	Setuju
5	Sangat Setuju

3.3.1.2. Nilai Jenjang Interval

Dalam penelitian yang menggunakan skala likert, perlu digunakan suatu perhitungan statistik yang bertujuan untuk mengetahui tingkatan dari masing-masing variabel dan kemudian disajikan dalam bentuk tabel yang bertujuan untuk melihat nilai dari setiap indikator variabel. Adapun rumus

untuk mengetahui nilai dari setiap indikator variabel adalah sebagai berikut:

Nilai tertinggi setiap indikator variabel : $5 \times 100 \times 4 = 2000$

Nilai terendah setiap indikator variabel : $1 \times 100 \times 4 = 400$

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\Sigma \text{Kriteria Pernyataan}}$$

$$NJI = \frac{2000 - 400}{5}$$

$$NJI = 320$$

Tabel 3.3 Kategori Skala Interval

Nilai	Kategori
400 – 720	Sangat Tidak Setuju
721 – 1040	Tidak Setuju
1041 – 1360	Kurang Setuju
1361 – 1680	Setuju
1681 – 2000	Sangat Setuju

3.4. Teknik Analisis Data

3.4.1. Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dikarenakan variabel independen yang akan diteliti lebih dari satu. Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 26.

3.4.2. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), uji validas digunakan untuk melihat valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Dimana, suatu kuisisioner dikatakan valid jika item pertanyaan pada kuisisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung (correlated item-total correlations) dengan nilai rtabel. Jika nilai rhitung > rtabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

3.4.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah bentuk suatu uji yang digunakan sebagai alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsistes dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018:54).

Pengukuran reliabilitas *one shot* atau pengukuran sekali saja digunakan dalam penelitian ini. Pengukuran hanya digunakan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Reliabilitas tiap butir pertanyaan dalam instrumen kuisioner akan diuji dengan uji statistik *Cronbatch Alpha* (α). Instrumen yang dipakai dikatakan andal (*reliable*) jika memberikan nilai *Cronbatch Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2018:46)

3.4.4. *Method of Successive Interval* (MSI)

Penelitian ini menggunakan skala ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasional variabel. Oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan cara MSI. Menurut Narimawati, dkk., (2010:47), 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: $score = scale\ value_{minimum} + 1$.

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

3.4.5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam regresi linier dengan pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS) yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linier *Ordinary Least Square* (OLS) ini terdapat atau tidaknya masalah-masalah asumsi klasik, maka digunakan uji asumsi klasik. Model regresi yang baik harus terbebas dari uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

3.4.5.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ini variabel bebas dan terikatnya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Distribusi normal data ini dimana data terpusat pada nilai rata-rata dan median. Memiliki distribusi data normal atau mendekati normal maka model regresi tersebut terbilang baik. Uji normalitas ini dapat dilakukan dengan uji Jarque-Bera. Dalam uji Jarque-Bera ini mengukur perbedaan yang terdapat di antara skewness dan kurtosis data. Pedoman dari uji Jarque-Bera ini adalah sebagai berikut:

1. Jika tingkat nilai Prob. Jarque Bera $> 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal.
2. Jika tingkat nilai Prob. Jarque Bera $< 0,05$, maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

3.4.5.2. Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016) uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel terikat dan variabel bebas. Uji multikolinearitas ini dirancang guna menentukan apakah ada korelasi tinggi antara variabel terikat dengan regresi linear ganda, uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas atau independen. Apabila R^2 yang dihasilkan dalam suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independent yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen. Sehingga hal tersebut merupakan indikasi terjadi multikolinearitas. Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas atau tidak salah satu pengujianya dapat dilakukan dengan metode *Correlogram of Residual* dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Apabila $\text{correlational} > 0.08$ artinya terdapat hubungan erat antara variabel bebas.
- b. Apabila $\text{correlational} < 0.08$ artinya tidak terdapat hubungan erat antar variabel bebas

3.4.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya atau tidak. Jika memang terjadi suatu keadaan dimana variabel gangguan tidak memiliki varian yang sama untuk observasi, maka dikatakan dalam model tersebut memiliki gejala heteroskedastisitas. Adapun cara untuk menguji apakah model ini heteroskedastisitas atau tidak yaitu sebagai berikut:

1. Jika $\text{Prob. Chi-Square} < 0,05$ signifikansi tertentu, maka terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Jika $\text{Prob. Chi-Square} > 0,05$ signifikansi tertentu, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.4.6. Uji Hipotesis

Untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan mengambil kesimpulan apakah hipotesis ini ditolak atau tidak ditolak maka menggunakan uji hipotesis. Uji hipotesis ini bertujuan untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data dalam menentukan keputusan apakah pernyataan atau asumsi yang telah dibuat ini ditolak atau tidak ditolak.

3.4.6.1. Uji Signifikansi Individual (Uji Statistik t)

Untuk mengetahui signifikansi variabel bebas yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara individu terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen maka menggunakan uji statistik t. Dengan menggunakan hipotesis sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_i \leq 0$; maka secara bersama-sama variabel bebas (harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

$$i = 1,2,3,4$$

2. $H_a : \beta_i > 0$; maka variabel bebas (harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

$$i = 1,2,3,4$$

3.4.6.2. Uji Signifikansi Bersama-sama (Uji Statistik F)

Untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen secara bersama-sama maka menggunakan uji F. Uji F juga dapat dilakukan untuk mengetahui signifikansi koefisien determinasi R^2 .

Hipotesis uji F ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta \leq 0$; maka secara bersama-sama harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kebun melon.

2. $H_a : \beta > 0$; maka secara bersama-sama harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di kebun melon.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah sebagai berikut:

- a. H_0 ditolak, jika $F_{Hitung} > F_{Tabel}$, dengan derajat keyakinan 95% (probabilitas $< 0,05$); artinya secara bersama-sama harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- b. H_0 tidak ditolak, jika $F_{Hitung} < F_{Tabel}$, dengan derajat keyakinan 95% (probabilitas $> 0,05$); artinya secara bersama-sama harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen usaha Perkebunan melon.

3.4.7. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini bertujuan untuk menjelaskan seberapa besar variasi dari variabel terikat dapat diterangkan oleh variabel bebas.

1. Apabila $R^2 = 0$, artinya variasi dari variabel terikat tidak dapat diterangkan oleh variabel bebas sama sekali.
2. Apabila $R^2 = 1$, artinya variasi dari variabel terikat dapat diterangkan 100% oleh variabel bebas. Dengan demikian model regresi akan ditentukan oleh R^2 yang nilainya antara nol dan satu.