

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 9 bulan mulai dari bulan September tahun 2022 sampai dengan Mei 2023. Penelitian ini dilakukan di Ijoaja yang berlokasi di Jalan Tanjak Nangsi Desa Pamipiran Kec. Pagerageung Kab. Tasikmalaya, Jawa Barat. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Ijoaja memiliki kuantitas produksi yang cukup besar, yaitu dapat mencapai 150 kg dalam satu kali masa produksi dan juga memiliki banyak kemitraan. Rincian kegiatan penelitian sebagai berikut:

Tabel 2. Tahapan dan Waktu Penelitian

Tahapan Penelitian	Waktu Penelitian								
	Sep 2022	Okt 2022	Nov 2022	Des 2022	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023	Apr 2023	Mei 2023
Perencanaan Kegiatan	■								
Inventarisasi Pustaka	■								
Penulisan Skripsi	■								
Seminar Skripsi									
Revisi Proposal UP		■							
Pengumpulan data		■	■						
Pengolahan dan Analisis Data			■	■					
Penulisan Hasil Penelitian				■	■	■	■		
Seminar Kolokium								■	
Revisi Hasil Kolokium								■	
Sidang Skripsi									■
Revisi Skripsi									■

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian *relative*, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2017). Survei dilakukan

pada konsumen sayuran hidroponik di Ijoaja yang berlokasi di Jl. Tanjak Nangsi Desa Pamipiran Kecamatan Pagerageng Kabupaten Tasikmalaya.

3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Berdasarkan sumbernya, jenis dan teknik pengambilan data yang diambil dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Data primer diperoleh dari observasi di tempat penelitian serta wawancara terhadap responden dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden. Kuisisioner yang digunakan pada penelitian ini bersifat tertutup dan disebarakan secara *offline* maupun *online* melalui *google formulir*.
- b. Data sekunder dari penelitian ini diperoleh secara tidak langsung, baik dari instansi, literatur serta data lain yang terkait dengan penelitian ini agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan dalam penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2017) menyatakan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sayuran hidroponik dan populasi pada penelitian ini tidak diketahui sehingga dikatakan tak terhingga.

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2017) mengemukakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang akan diteliti dan dianggap dapat menggambarkan populasi.

Teknik penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik *nonprobability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2017) *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Kriteria-kriteria yang dapat dipenuhi oleh sampel atau responden dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Responden minimal melakukan pembelian sayuran hidroponik sebanyak tiga kali.
- b. Responden berusia minimal 17 tahun.
- c. Responden pernah melakukan pembelian dalam kurun waktu 6 bulan terakhir.

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 73 responden. Besarnya sampel dihitung dengan menggunakan *linier time function*. Menurut Umar (2002) penarikan sampel berdasarkan *linier time function* dapat dilakukan bila jumlah populasinya tidak dapat diketahui. Pengambilan sampel dilakukan selama 14 hari dari pukul 06.00 – 09.00 dan 15.00 – 18.00 WIB. Pengambilan sampel ini diharapkan dapat mewakili populasi sebenarnya di Ijoaja.

Besarnya sampel yang dihitung berdasarkan *linier time function* dengan menggunakan rumus berikut:

$$n = \frac{T - t_0}{t_1}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel yang dipilih
 T = Waktu yang tersedia untuk penelitian (14 hari x 24 jam/hari = 336 jam)
 t₀ = Waktu tetap pengambilan sampel (6 jam/hari x 14 hari = 84 jam)
 t₁ = Waktu pengisian kuesioner setiap sampel unit (0,25 jam/hari x 14 hari = 3,5 jam)

$$n = \frac{336 - 84}{3,5}$$

$$n = \frac{252}{3,5}$$

$$n = 72$$

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 72 responden.

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.5.1 Definisi Variabel

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa definisi variabel adalah suatu atribut atau sifat, nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

- a. Harga adalah nilai tukar suatu barang atau jasa dengan kata lain jumlah tersebut merupakan nilai pada produk yang dapat tukar dipasar.
- b. Harga sesuai dengan kualitas produk adalah harga yang diberikan oleh perusahaan harus sesuai dengan kualitas produk yang mereka hasilkan dengan kualitas dalam segi fisik, sifat maupun fungsi sesuatu produk.
- c. Harga sesuai dengan kuantitas produk adalah harga yang diberikan sesuai dengan jumlah atau banyaknya produk dalam kemasan.
- d. Harga sesuai dengan manfaat adalah harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang konsumen rasakan baik jangka pendek maupun jangka panjang.
- e. Kualitas produk adalah suatu kondisi fisik, sifat dan fungsi suatu produk.
- f. Kesegaran adalah hal atau sifat dari suatu produk yang tidak mengalami kebusukan.
- g. Penampilan fisik baik adalah keadaan dari suatu produk dimana tidak terdapatnya cacat pada produk.
- h. Ketahanan produk adalah karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuan untuk memenuhi kebutuhan
- i. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.
- j. Kenyamanan tempat adalah suatu kondisi dimana munculnya perasaan nyaman berdasarkan persepsi individu.
- k. Tempat yang strategis adalah letak suatu tempat yang mudah dijangkau.
- l. Kesiapan Pelayanan adalah keseluruhan kondisi untuk menanggapi suatu kegiatan.
- m. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dari konsumen setelah memberi barang atau jasa baik senang maupun sedih karena barang atau jasa tersebut memenuhi atau bahkan tidak memenuhi harapannya.
- n. Menciptakan *word of mouth* adalah komunikasi dari mulut ke mulut dengan sifat merekomendasikan.
- o. Produk sesuai harapan adalah produk yang dipasarkan sesuai dengan ekspektasi atau keinginan dari konsumen.

- p. Konsumen kembali berbelanja adalah konsumen yang merasa puas akan kembali berbelanja dan membeli produk serupa.

3.5.2 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1.	Harga	Kesesuaian harga dengan kualitas produk Kesesuaian harga dengan kuantitas produk Harga yang sesuai manfaat	Skala ordinal dengan skor 1 – 3
2.	Kualitas produk	Kesegaran Penampilan fisik baik Ketahanan produk	Skala ordinal dengan skor 1 – 3
3.	Kualitas Pelayanan	Kenyamanan tempat Tempat yang strategis Kesiapan pelayanan	Skala ordinal dengan skor 1 – 3
4.	Kepuasan Konsumen	Menciptakan <i>word of mouth</i> Produk sesuai harapan Konsumen kembali berbelanja	Skala ordinal dengan skor 1 – 3

3.6 Kerangka Analisis

3.6.1 Analisis Deskriptif

Sugiyono (2017) mengemukakan pengertian analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul begitu saja tanpa mencari kesimpulan atau generalisasi yang berlaku umum. Informasi yang diperoleh dari lapangan ditabulasikan dan dideskripsikan. Deskripsi data dapat disempurnakan dengan menyajikan *mean*, median, modus, tabel distribusi frekuensi, persentase, dan grafik.

Pada penelitian ini analisis deskriptif digunakan sebagai berikut:

a. Analisis Deskriptif Responden

Dalam analisis deskriptif responden, sampel penelitian ini dikelompokkan menjadi beberapa karakteristik dengan menggunakan perhitungan persentase (%). Dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan penghasilan.

b. Analisis Deskriptif Tingkat Keseuaian Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Tingkat kesesuaian dan ketidaksesuaian suatu produk berdampak terhadap keputusan pembelian. Menurut pendapat Ngadiman (2008) menambahkan bahwa harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu

barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Garvin dan Dinawan (2010) menjelaskan kualitas produk adalah elemen yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Adapun menurut Tjipno (2008) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau Lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan konsumen dan jika tidak sesuai berarti tidak dapat memenuhi harapan konsumen.

c. Analisis Deskriptif Tingkat Kepuasan Konsumen

Konsumen merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, ia akan memperlihatkan peluang yang besar untuk melakukan pembelian ulang atau membeli produk lain di perusahaan yang sama di masa mendatang. Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa setiap konsumen yang merasa puas cenderung akan menyatakan hal-hal yang baik tentang produk dan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain.

Durianto, dkk (2004) perhitungan *mean* digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen terhadap merek tersebut. Perhitungan ini digunakan untuk menentukan nilai tunggal dari setiap tingkatan. Nilai tersebut kemudian akan digunakan untuk mengategorikan setiap tingkat kepuasan dalam tiga rentang skala penilaian. Rata-rata dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum xi.fi}{n}$$

Keterangan:

\bar{x}	= rata-rata
xi	= nilai pengukuran ke-i
fi	= frekuensi kelas ke-i
n	= banyaknya pengamatan

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui intensitas kondisi variabel Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Skor} = \frac{(F1x1)+(F2x2)+(F3x3)}{73}$$

Keterangan:

- F1 = frekuensi responden yang menjawab tidak sesuai
 F2 = frekuensi responden yang menjawab cukup sesuai
 F3 = frekuensi responden yang menjawab sesuai

Untuk mengetahui intensitas kondisi variabel tingkat kepuasan konsumen diketahui dengan rumus berikut:

$$\text{Skor} = \frac{(F1 \times 1) + (F2 \times 2) + (F3 \times 3)}{73}$$

Keterangan:

- F1 = frekuensi responden yang menjawab tidak puas
 F2 = frekuensi responden yang menjawab cukup puas
 F3 = frekuensi responden yang menjawab puas

$$\text{Batas skor tertinggi} = \frac{(73 \times 3)}{73} = 3$$

$$\text{Batas skor terendah} = \frac{(73 \times 1)}{73} = 1$$

Berikut adalah tiga rentang skala penilaian yang digunakan untuk mengukur tingkat kesesuaian harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen:

$$\text{Interval kelas} = \frac{(\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{(3-1)}{3} = 0,67$$

1. Rentang skala penilaian Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan adalah:

$$1,00 - 1,67 = \text{Tidak Sesuai}$$

$$1,68 - 2,35 = \text{Cukup Sesuai}$$

$$2,36 - 3,00 = \text{Sesuai}$$

2. Rentang skala penilaian tingkat kepuasan konsumen adalah:

$$1,00 - 1,67 = \text{Tidak Puas}$$

$$1,68 - 2,35 = \text{Cukup Puas}$$

$$2,36 - 3,00 = \text{Puas}$$

3.6.2 Metode Suksesif Interval (MSI)

Data yang digunakan untuk variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan skala ordinal. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dimana harus menggunakan data interval. Oleh karena itu data ordinal harus dirubah ke dalam data interval menggunakan Metode Suksesif Interval (MSI). Ningsih dan Dukalang (2019) menyatakan *method of successive interval*, dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi observasi untuk setiap kategori. Frekuensi merupakan banyaknya tanggapan responden dalam memilih skala ordinal 1 sampai 3.
- b. Menghitung proporsi pada masing-masing kategori. Proporsi dihitung dengan membagi setiap frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Dari proporsi yang diperoleh, dihitung proporsi kumulatif untuk setiap kategori. Proporsi kumulatif dihitung dengan menjumlah secara berurutan untuk setiap nilai.
- d. Menghitung nilai Z (distribusi normal) dari proporsi kumulatif.
- e. Menghitung nilai batas Z (nilai *probability density function* pada absis Z) untuk setiap kategori.
- f. Menghitung *scale value* (interval rata-rata) untuk setiap kategori. Dengan rumus:

$$\text{Scale} = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah di bawah batas atas} - \text{daerah di bawah batas bawah}}$$

- g. Menghitung *score* (nilai hasil transformasi) untuk setiap kategori.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian regresi linear berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik. Santoso (2005) menyatakan analisis regresi terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi sehingga persamaan regresi yang dihasilkan valid dan tidak bias. Pengujian asumsi klasik menurut Ghozali (2011) yang harus dipenuhi yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji data variabel dependen dan variabel independen pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov* satu arah. Jika signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal, apabila signifikan $< 0,05$ maka tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi ini bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari pengamatan satu ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya variabel heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi yaitu menggunakan uji Glesjer. Metode ini diaplikasikan dengan cara meregresikan variabel independent terhadap nilai absolut residual. Model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas jika nilai signifikansi variabel independennya terhadap nilai absolut residual statistik diatas $\alpha = 0,05$ (Ghozali, 2011).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai toleransi dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai umum yang biasa dipakai adalah nilai Tolerance > 1 atau nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Sudjana (2005) analisis regresi linier berganda merupakan banyak data pengamatan yang terjadi sebagai akibat lebih dari dua variabel. Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y	: Kepuasan Konsumen
α	: Konstanta
x_1	: Harga Sayur Hidroponik
x_2	: Kualitas Sayur Hidroponik
x_3	: Pelayanan Untuk Sayur Hidroponik
b_1, b_2, b_3	: Koefisien Regresi
e	: error/ variabel pengganggu

3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikatnya (Ghozali, 2011). Nilai R^2 dihitung dengan rumus:

$$R^2 = \frac{JKR}{JKT}$$

Keterangan:

JKR : Jumlah kuadrat regresi
 JKT : Jumlah kuadrat total

Jika R^2 semakin besar dan mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh besar terhadap variabel terikat.

3.6.6 Uji Hipotesis (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Pengujian dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Perumusan hipotesis

H_0 = variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_1 = variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) Pengambilan keputusan dengan taraf nyata 5 persen

Apabila tingkat signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Namun, apabila tingkat signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.6.7 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independent secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018). Pengujian dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Perumusan hipotesis

H_0 = variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_1 = variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) Pengambilan keputusan dengan taraf nyata 5 persen

Apabila tingkat signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Namun, apabila tingkat signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.