

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar Penelitian

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif kausal. Penelitian metode asosiatif kausal bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel independen atau lebih terhadap variabel dependen. (Sugiyono 2003).

B. Metode Pengambilan Sampel

1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive). Penentuan lokasi dilakukan dengan menunjuk wilayah atau target tertentu sesuai tujuan penelitian (Eriyanto, 2007). Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi penelitian di UD salak “Crystal” di Turi yang memproduksi olahan salak. Pertimbangan pemilihan lokasi tersebut dikarenakan UD. Salak Crystal merupakan satu-satunya usaha dengan diversikasi produk olahan salak cukup banyak dan merupakan usaha yang masih bertahan diantara banyaknya usaha sejenis yang telah tutup di kecamatan Turi, Sleman.

2. Populasi dan sampel penelitian

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan sudah yang melakukan pembelian

terhadap kripik salak di UD. Salak Crystal. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *insidental sampling*. Pemilihan sampel dalam teknik ini adalah sampel yang kebetulan ditemui dan memenuhi syarat untuk diteliti (Mulyatiningsih 2015). Dalam penelitian ini sampel yang dipilih adalah pelanggan yang melakukan pembelian produk kripik salak di UD salak “Crystal “. Sampel yang diteliti berjumlah 30 sampel dengan jangka waktu pengambilan sampel yaitu 3 minggu.

C. Jenis data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertamanya yang didapatkan dari hasil pengisian kuesioner oleh responden (Suryabrata 2008). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tanggapan responden terhadap produk kripik salak UD Salak Crystal.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua, data yang telah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain untuk dimanfaatkan sesuai kebutuhan (Sanusi 2011) Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari publikasi cetak maupun literatur-literatur.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode yaitu sebagai berikut :

1. Observasi

Metode observasi merupakan metode yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian (Sujarweni 2014).

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang disusun secara cermat dan dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Sugiyono 2005) Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berisi seperangkat pernyataan mengenai pengaruh antara kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan keripik salak di UD Salak Crystal yang didalamnya sudah disediakan alternatif jawaban yang harus dipilih oleh responden dengan skala likert.

D. Pembatasan Masalah

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian berulang (*Repeat order*) di UD. Salak “Crystal” yang terletak di Jl. Salak, Kembangarum, Sleman.

E. Definisi operasional dan pengukuran variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono 2001). Adapun variabel penelitian beserta definisi operasional dijelaskan sebagai berikut :

1. Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan yang dinyatakan dengan tersirat, kualitas produk memiliki beberapa parameter seperti rasa produk, kemasan, label, tampilan produk dan daya tahan produk.
 - a. Rasa produk adalah sensasi yang diterima setelah menggunakan atau mengonsumsi produk
 - b. Kemasan adalah material yang digunakan untuk membungkus produk dan melindungi produk serta untuk menampilkan image atau pandangan terhadap isi produk
 - c.. Label adalah sejumlah keterangan pada kemasan produk yang berisi tentang informasi gizi suatu produk, legalitas, komposisi produk
 - d. Tampilan produk adalah suatu bentuk fisik atau wujud dari produk yang dilihat dan berkaitan dengan nilai estetika produk
 - e. Daya tahan adalah masa simpan atau masa pakai yang digunakan untuk mengonsumsi produk berkaitan dengan berapa lama produk dapat digunakan atau dikonsumsi
2. Harga adalah sejumlah nilai dalam hal ini berupa uang yang harus dikeluarkan untuk mengonsumsi atau menggunakan produk. Meliputi beberapa parameter yaitu persepsi harga, prosedural harga, dan kewajaran harga
 - a. Persepsi harga pandangan seorang pembeli terhadap harga suatu produk yang berkaitan dengan kualitas dan kesesuaian dari produk yang diterima
 - b. Prosedural harga merupakan informasi yang diberikan mengenai hal-hak berhubungan dengan proses terjadinya transaksi jual beli yang akan dilakukan

- c. Kewajaran harga adalah harga yang dapat diterima oleh pembeli dilihat berdasarkan pertimbangan atas kesesuaian harga produk dengan kompetitor lain.
3. Lokasi adalah letak toko atau pengecer di daerah yang strategis sehingga .dapat terjangkau oleh pembeli, lokasi meliputi beberapa parameter yaitu aksesibilitas, ketersediaan produk, fasilitas memadai.
 - a. Aksesibilitas adalah kemudahan untuk mencapai lokasi tersebut dan berkaitan dengan kestrategisan lokasi untuk dapat dijangkau pembeli.
 - b. Ketersediaan produk adalah kontinuitas suatu produk dalam artian produk selalu tersedia di lokasi.
 - c. Fasilitas yang memadai adalah sarana dan prasana yang dimiliki oleh suatu lokasi usaha untuk menunjang pembelian , seperti tempat parkir yang luas dan lingkungan yang nyaman.
 4. Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pembeli setelah menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk dan melakukan perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Meliputi beberapa parameter yaitu konfirmasi harapan, minat pembelian ulang, dan kesediaan untuk merekomendasi.
 - a. Konfirmasi harapan adalah yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pembeli dengan kinerja aktual produk perusahaan. Dalam hal ini akan lebih ditekankan pada kualitas produk yang memiliki komponen berupa harapan akan kualitas produk yang diberikan.

- b. Minat pembelian ulang yaitu kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja menggunakan produk tersebut lagi.
- c. Kesiediaan merekomendasi adalah yaitu kesiediaan untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

F. Teknik analisis data

Teknik analisis yang digunakan dalam dalam penelitian ini adalah menggunakan statistik deksriptif kemudian dilanjutkan menggunakan statistik inferensial. Statistik inferensial yaitu statistik yang digunakan sebagai alat dalam penelitian untuk menganalisis data untuk tujuan-tujuan eksplanasi, dengan kata lain untuk menguji hipotesis penelitian. (Bungin 2015)

1. Statistik deskriptif

Statistik deksriptif adalah statistik yang berfungsi untuk memberikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Dalam data statistik deksriptif penyajian data meliputi beberapa bentuk sebagai berikut (Sanusi 2011) :

- a. Distribusi Frekuensi, yaitu data berkelompok yang disusun menurut kelas-kelas interval tertentu atau kategori tertentu dalam sebuah daftar.
- b. Rata-rata hitung (Mean), yaitu nilai yang menunjukkan pusat diantara nilai-nilai penyeimbang (balancing point) dari sekumpulan data antara nilai disebelah kirinya dengan nilai disebelah kanannya.

2. Uji Validitas

Sekaran (2006) menyatakan bahwa uji validitas adalah bukti bahwa instrumen, teknik atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan dan bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu pernyataan. Rumus yang digunakan dalam mencari nilai korelasi adalah korelasi Pearson Product Moment yang dirumus sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

dimana :

- r : Koefisien korelasi
- X : Skor butir
- Y : Skor total butir
- N : Jumlah sampel

3. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa bias dan bertujuan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban seseorang terhadap item – item pernyataan dalam sebuah kuesioner. (Sekaran 2006). Pengujian reliabilitas instrumen menggunakan rumus *cronbach alpha* karena instrumen penelitian berbentuk angket dan skala bertingkat . Apabila nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 maka variabel tersebut reliabel, tetapi apabila nilai *cronbach alpha* kurang dari 0,6 maka item variabel tersebut tidak reliabel. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

dimana :

r_{11} : reliabilitas yang dicari

n : jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma_t^2$: Jumlah varians skor tiap-tiap item

σ_t^2 : Varians total

4. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik merupakan suatu pengujian yang diperlukan sebelum melakukan analisis regresi. Model regresi linear dapat dikatakan sebagai model yang baik jika memenuhi asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas. (Sarjono dan Julianinta, 2011).

- a. Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas memenuhi persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Uji normalitas dalam model penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Apabila nilai probabilitas $> 0,05$, maka distribusi data bersifat normal, tetapi jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka distribusi data bersifat tidak normal.
- b. Uji Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan metode Glejser dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan absolut residual,

maka dalam model regresi tidak terjadi gejala heterokedastisitas. (Sanusi, A 2011)

- c. Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan diantara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi atau tidak. Multikorelasi adalah hubungan yang sangat rendah atau sangat tinggi yang terjadi pada hubungan diantara variabel bebas. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance – Inflating Factor*). Jika $VIF < 10$ artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas.

5. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang bertujuan untuk menyatakan pengaruh kausalitas antara variabel bebas dan terikat dan memprediksi nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas, dimana variabel bebas tersebut lebih dari satu (Sanusi 2011). Regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

di mana :

- Y : Kepuasan pelanggan
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi untuk masing-masing variabel
 X_1 : Kualitas Produk
 X_2 : Harga
 X_3 : Lokasi
e : Residu

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila R^2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna. Atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen (Priyatno 2008)

7. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menganalisa dan menarik kesimpulan terhadap permasalahan yang diteliti. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t dan uji F

- a. Uji t (test of significance individual parameter) untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan secara parsial.

Langkah- langkahnya adalah:

- 1). Merumuskan hipotesis. Dalam uji t ini akan digunakan hipotesis sebagai berikut:

$H_0: b_i = 0$; di mana $i = 1, 2, 3 \rightarrow$ (kualitas produk, harga, dan lokasi secara

parsial tidak memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan)

H1: $b_i \neq 0$; di mana $i = 1, 2, 3 \rightarrow$ (kualitas produk, harga, dan lokasi secara parsial memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan)

2). Mengambil Keputusan

Jika nilai probabilitas thitung menurut hasil perhitungan lebih besar daripada 5%, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (menunjukkan kualitas produk, harga, dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan produk kripik salak di UD. Crystal Turi, Sleman). Tetapi, jika nilai probabilitas t hitung menurut hasil perhitungan lebih kecil daripada 5%, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (menunjukkan kualitas produk, harga, dan lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan produk kripik salak di UD. Crystal Turi, Sleman).

b. Uji F untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Langkah-langkah dalam uji F adalah:

1). Merumuskan hipotesis.

Dalam uji F ini akan digunakan hipotesis sebagai berikut:

$H_0: b_1 = b_2 = b_3 = 0 \rightarrow$ (kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan)

$H_1: b_1 = b_2 = b_3 \neq 0 \rightarrow$ (kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan)

2). Mengambil Keputusan

Jika nilai probabilitas F hitung menurut hasil perhitungan lebih besar 5%, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (menunjukkan kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan produk kripik salak di UD. Crystal Turi, Sleman). Jika nilai probabilitas F hitung menurut hasil perhitungan lebih kecil daripada 5%, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (menunjukkan kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan produk kripik salak di UD. Crystal Turi, Sleman).