

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek/Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengambil objek penelitian pada UKM Pitaloka Bakery Yogyakarta. Subjek penelitiannya adalah konsumen pada UKM Pitaloka Bakery Yogyakarta.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data primer yang bersifat kuantitatif. Data primer adalah data yang didapatkan dari sumber pertama. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) kepada konsumen yang pernah membeli produk di. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada UKM Pitaloka Bakery Yogyakarta menggunakan analisis kuantitatif.

C. Teknik Pengambilan Sampel

1. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2014). Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dari populasi

berdasarkan suatu kriteria yang telah ditentukan sebelumnya (Agiska, 2017). Adapun kriteria pada pemilihan sampel yaitu:

- a. Konsumen yang pernah membeli di UKM Bakery Pitaloka lebih dari 2 kali
- b. Berusia 15 tahun keatas

Penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner di UKM Bakery Pitaloka. Ukuran sampel memegang peranan penting dan menghasilkan dasar untuk mengestimasi kesalahan sampling. Menurut Ferdinand (2014), besaran sampel ditentukan sebanyak 25 kali variabel independen. Dalam penelitian ini digunakan dua variabel independen, sehingga jumlah sampel yang digunakan yaitu sejumlah 50 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan menggunakan metode survei daftar pertanyaan atau kuesioner dalam proses pengumpulan data. Kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada setiap responden yang dipilih untuk diisi. Kuesioner yang disebarkan bersifat tertutup. Dimana dalam kuesioner telah disediakan alternatif-alternatif jawaban Instrumen berupa lembar daftar pertanyaan untuk mengukur kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen UKM Bakery Pitaloka Yogyakarta dengan menggunakan skala Likert (1-5).

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian dibedakan menjadi dua jenis, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) yang diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Independen (*independent variable*) atau variabel bebas.

Variabel bebas (independen), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik yang pengaruhnya positif maupun pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2014). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk yang dilambangkan dengan X1, dan kualitas layanan yang dilambangkan dengan X2.

a. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan dari produk dalam menunjukkan fungsi diantara keidahan, ketahanan serta kehandalan dari produk tersebut. Indikator dari kualitas produk dimodifikasi dari Agiska (2017) dan Tanuwijaya (2013) antara lain:

- 1) Kinerja produk yang mencakup produk yang bebas dari cacat ataupun kerusakan.
- 2) Daya tahan merupakan seberapa lama produk tersebut dapat terus digunakan (tidak mudah rusak).
- 3) Kualitas produk yang unggul sehingga tahan lama.
- 4) Desain merupakan bentuk atau model dan tampilan yang menarik dari produk tersebut.

b. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan persepsi dari seorang konsumen atas produk atau jasa yang diterimanya dan telah memenuhi persyaratan atau harapan dari konsumen tersebut. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan semakin tinggi tingkat kepuasan dari

konsumen tersebut. Indikator dari kualitas layanan menurut Zeithaml dan Parasuraman (1996) antara lain:

- 1) *Tangible*
 - a) Kebersihan fasilitas fisik
 - b) Kerapian penampilan karyawan
 - c) Kemutakhiran sarana fisik yang dimiliki
- 2) *Empathy*
 - a) Perhatian secara personal oleh karyawan
 - b) Memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh
 - c) Mudah di akses
- 3) *Reliability*
 - a) Menyediakan jasa pelayanan dengan baik hingga akhir
 - b) Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan (struk pembelian)
 - c) Pelayanan sesuai yang di janjikan
- 4) *Responsiveness*
 - a) Ketersediaan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat
 - b) Ketersediaan karyawan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat
 - c) Keluasan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat

5) *Assurance*

- a) Reputasi perusahaan yang terjamin
- b) Kompetensi (kemampuan) karyawan dalam bidang pelayanan yang diberikan
- c) Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan
- d) Variabel Mediasi (*Intervening Variabel*)

Variabel antara merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan penyela yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel antara yaitu kepuasan konsumen yang dilambangkan dengan Y1.

a. Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dia dapatkan dengan harapannya. Pengukuran kepuasan atas kualitas jasa berdasarkan selisih antara kualitas jasa yang diterima (kinerja) saat ini dan kualitas jasa yang diharapkan para konsumen pada UKM Bakery Pitaloka Yogyakarta. Alat ukur yang digunakan dimodifikasi dari (Risnawati dan Huda, 2014) adalah:

- 1) Puas dengan produk yang dijual oleh UKM Pitaloka Bakery Yogyakarta
- 2) Puas dengan layanan yang diberikan oleh UKM Pitaloka Bakery Yogyakarta
- 3) Puas dengan layanan purna jual yang diberikan oleh UKM Pitaloka Bakery Yogyakarta

2. Variabel Dependen (*dependent variable*) atau variabel terikat.

Variabel terikat (Dependen), yaitu variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2004) Variabel dependen yang digunakan penelitian ini adalah Minat Beli Ulang yang dilambangkan dengan Y2.

b. Minat beli ulang

Minat beli ulang merupakan keinginan untuk membeli ulang suatu merek tertentu yang secara berulang kali. Sebagai perilaku konsumen, dimana konsumen merespon positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan dan berniat melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut. Melalui definisi tersebut, dapat diartikan bahwa minat beli ulang memiliki pengaruh yang kuat terhadap suksesnya suatu produk atau jasa terjual di pasaran (Tjiptono, 2014).

Tabel 2.1
Definisi operasional

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Jumlah Pertanyaan	Skala
Kualitas Produk (Agiska, 2017) (Tanuwijaya, 2013)	Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk menunjukkan berbagai fungsi diantaranya keindahan, ketahaan, dan kehandalan dari produk tersebut.	1. Kinerja Produk 2. Daya Tahan 3. Desain atau Penampilan Produk	3 Pertanyaan	Likert
Kualitas Layanan (Zeithaml, 1996) (Parasuraman, 1996)	Kualitas Layanan merupakan persepsi dari konsumen akan produk atau jasa yang diterima dan memenuhi persyaratan dari konsumen tersebut.	1. Tangibles 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Empathy	15 Pertanyaan	Likert
Kepuasan Konsumen. (Mulyono, 2007) (Risnawati, 2014)	Kepuasan Konsumen merupakan suatu perasaan senang atau kecewa dari seseorang atas perbandingan antara harapan dengan produk yang didapatkannya.	1. Kepuasan Atas Produk 2. Kepuasan Atas Layanan 3. Kepuasan Atas Layanan Purna Jual	3 Pertanyaan	Likert

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Jumlah Pertanyaan	Skala
Minat Beli Ulang. (Tjiptono,2014)	Kegiatan yang dilakukan seseorang secara berulang kali untuk memiliki suatu barang atau produk yang sama	1. Pembelian 2. Komitmen Pelanggan 3. Rekomendasi Positif 4. Kesesuaian	4 Pertanyaan	Likert

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas

Pada dasarnya kata “*valid*” mengandung makna yang sinonim dengan kata “*good*”. *Validity* dimaksudkan sebagai “*to measure what should be measured*” (untuk mengukur apa yang harus diukur). Uji validitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur absah atau tidaknya suatu kuesioner. (Agiska, 2017) Adapun cara dalam perhitungan uji validitas yaitu dilakukan dengan bantuan komputer, pada program SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Metode yang digunakan adalah *pearson correlation*, kriteria uji validitas adalah apabila terdapat nilai signifikan pada taraf $\alpha < 0,05$ dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut valid dan apabila $\alpha \geq 0,05$ maka kuesioner tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabil dan konsistensi memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran, sehingga memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*, yaitu : Apabila hasil koefisien alpha > taraf signifikan 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*. Apabila hasil koefisien alpha \leq taraf signifikan 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian analisis Regresi Linier Berganda terhadap hipotesis penelitian maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian Uji Asumsi Klasik, hal ini untuk membentuk sebuah estimasi yang bersifat *Best, Linier, Unbiased dan Estimator*, sehingga layak dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu meliputi :

a. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011) Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Pengujian Multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel Independen, jika nilai VIF < 10, maka

dapat disimpulkan bahwa data bebas dari gejala multikolonieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamata lain. Pengujian ini dapat menggunakan grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan SRESID, tidak terjadi Heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2011). Salah satu cara mendeteksi gejala heteroskedastisitas yaitu dengan uji glejser. Uji ini meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen dalam model. Hasil regresi tersebut harus menunjukkan tidak ada yang signifikan berpengaruh atau probabilitas signifikansi di atas 5%.

c. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat menggunakan *probability plot*. Data yang terdistribusi normal akan membentuk residual plot akan mengikuti garis normalitas dan berada di sekitar plot (Ghozali, 2011). Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan uji kolmogorov sminorv. Jika nilai sig

lebih besar dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal, dan jika nilai sig lebih kecil dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal.

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

Penelitian ini dilakukan analisa data dan pengujian hipotesis, diantaranya:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis dari dua pengaruh yaitu *in dependen variable* (X) atau lebih terhadap *dependen variable* (Y) (Ghozali, 2011). Regresi linier berganda ini juga dapat digunakan dengan bantuan SPSS. Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang ada, maka model yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y1 = \beta_1.X1 + \beta_2.X2$$

$$Y2 = \beta_3.X1 + \beta_4.X2 + \beta_5.Y1$$

Keterangan :

Y1 = Kepuasan Konsumen

Y2 = Minat Beli Ulang

β_1 = Koefisien regresi variabel X1 (kualitas produk)

β_2 = Koefisien regresi variabel X2 (kualitas layanan)

X1 = Kualitas produk

X2 = Kualitas layanan

e = Standar Error

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinan (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini pengukuran menggunakan Adjusted karena lebih akurat untuk mengevaluasi model regresi tersebut (Ghozali, 2013).

b. Uji Hipotesis

1. Uji Model (Uji F)

Pengujian hipotesis menggunakan F-test pada dasarnya menunjukkan apakah variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk menguji hipotesis H_1 , yaitu menguji kualitas produk, terhadap kepuasan konsumen. Kriteria hipotesis : H_0 ; $\beta = 0$; tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (kualitas produk terhadap kepuasan konsumen) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) H_a ; $\beta > 0$; ada pengaruh yang signifikan

antara variabel independen kualitas produk terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Kriteria pengujian : 1) Signifikan apabila $p \text{ value} < \alpha (0,05)$, H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. 2) Tidak Signifikan apabila $p \text{ value} \geq \alpha (0,05)$, H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh secara bersama- sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji t

Pengujian ini dilakukan terhadap koefisien regresi (uji parsial). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen. (Ghozali. 2013). Hipotesis diterima jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau 5% dan koefisien regresi searah dengan hipotesis. Langkah-langkah dalam uji hipotesis parsial adalah sebagai berikut (Nugroho, 2011):

a) Menentukan hipotesis H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Independen (kualitas produk dan pelayanan) terhadap variabel dependen (minat beli ulang). H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (kualitas produk dan pelayanan) terhadap variabel dependen (minat beli ulang)

c. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Ghozali (2013), menyatakan bahwa: “Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori”.

Analisis jalur sendiri tidak menentukan hubungan sebab-akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Hubungan kausalitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teoritis. Apa yang dilakukan oleh analisis jalur adalah menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner.

d. Uji Sobel

Uji Sobel Suatu variabel disebut variabel intervening jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel dan dikenal dengan uji Sobel. Uji Sobel digunakan untuk pengujian kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) kepada variabel dependen (Y) melalui variabel mediasi (Ghozali, 2013).

Rumus Sobel :

Keterangan: Sab : Standar error tidak langsung a : Koefisien regresi tidak terstandar yang menggambarkan pengaruh variabel independen (X1) kualitas produk dan (X2) kualitas pelayanan terhadap variabel mediasi (Y1) kepuasan konsumen. b : Variabel mediasi (Y1) kepuasan konsumen terhadap variabel dependen (Y2) minat beli ulang Sa : Standar error dari koefisien a Sb : Standar error dari koefisien b Untuk mengetahui signifikansi pengaruh tidak langsung, perlu dihitung nilai t dari koefisien ab dikatakan signifikan apabila nilai $t > 1,96$ (Ghozali. 2013).

e. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016) analisis deskriptif adalah: “Menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Analisis data merupakan penyederhanaan data kedalam bentuk yang mudah dipahami, dibaca dan diinterpretasikan. Dalam menentukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya dapat dipergunakan. Metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk mendapatkan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat

mengenaifakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan mengenai indikator-indikator dalam variabel yang ada pada penelitian.