

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen dari Anugerah Pangan Sentosa dari periode Februari 2012 sampai dengan Agustus 2013 yang pernah membeli produk beras dari Anugerah Pangan Sentosa minimal satu kali yang berjumlah 101 orang. Dalam menentukan sampel yang dapat mewakili dan menggambarkan suatu populasi maka digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Dimana:

n = ukuran sampel    N = ukuran populasi

e = persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

Perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan jumlah populasi sebanyak 101 orang dan tingkat kelonggaran ketidakteelitian sebesar 5%, maka didapatkan hasil sebanyak 81 responden.

#### **3.2 Metode Pengumpulan Data**

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari kuesioner. Penelitian ini juga menggunakan data internal yang berupa data konsumen dan penjualan dan data sekunder dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu dan literatur yang digunakan sebagai pendukung dalam penelitian ini.

### 3.2.1 Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Sangadji dan Sopiah, 2010:151). Kuesioner terdiri dari sejumlah pertanyaan yang menggunakan skala likert yang akan dibagikan kepada konsumen Anugerah Pangan Sentosa.

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

#### Variabel Kepuasan Pelanggan

1. Pembelian ulang, berkaitan tentang pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang.
2. Merekomendasikan kepada orang lain, berkaitan dengan bagaimana pelanggan yang puas akan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

#### Variabel Kualitas Produk

1. *Conformance*, berkaitan dengan warna beras yang putih, bebas gabah dan batu.
2. *Performance*, berkaitan dengan tekstur beras yang pulen.
3. *Durability*, berkaitan dengan kesesuaian waktu kadaluarsa beras.
4. *Reliability*, konsistensi dari produk dalam waktu penggunaan (sebelum kadaluarsa).
5. *Reputation*, berkaitan dengan reputasi *brand* cap macan.
6. *Aesthetics*, berkaitan desain kemasan yang menarik.

7. *Features*, indikator ini tidak digunakan karena dalam produk yang ditawarkan tidak ada fungsi tambahan atau sekunder.
8. *Serviceability*, indikator ini tidak digunakan karena tidak ada perbaikan dalam produk beras.
9. *Response*, indikator ini tidak digunakan karena akan dibahas dalam indikator kualitas layanan.

#### Variabel Kualitas Layanan

1. *Reliability*, berkaitan dengan pelayanan *delivery service* dengan tepat dan sesuai waktu yang telah dijanjikan.
2. *Responsiveness*, berkaitan dengan kecepatan dan ketepatan dalam menanggapi pemesanan produk.
3. *Assurance*, berkaitan dengan pemberian informasi mengenai produk secara lengkap dan jelas.
4. *Empathy*, berkaitan dengan pemahaman atas kebutuhan dari pelanggan.
5. *Tangibles*, berkaitan dengan penampilan dari pengantar beras.

### 3.4 Validitas dan Reliabilitas

Validitas adalah kebenaran suatu pemikiran bahwa pemikiran benar-benar dilakukan (Sangadji dan Sopiah, 2010:147). Uji validitas menggunakan metode korelasi *Pearson product moment correlation coefficient*, di mana mengkorelasikan skor butir pada kuesioner dengan skor totalnya dengan derajat kesalahan yang ditoleransi ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0.05. Jika nilai signifikansi yang didapat untuk tiap indikator dibawah 0,05 maka disebut *valid* dan demikian sebaliknya (Sudijono, 2009:188).

Reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. Dalam pengertian, alat ukur tersebut stabil, dapat diandalkan, dan dapat diramalkan (Sangadji dan Sopiah, 2010:145). Untuk mengukur reliabilitas kuesioner menggunakan uji statistik *Cronbach alpha* (Ghozali, 2009:46). Jika nilai *Cronbach alpha*  $> 0,6$  dan nilai dari *Cronbach alpha if item deleted* tidak melebihi dari nilai *Cronbach alpha* maka instrumen dinyatakan reliabel, apabila nilai *Cronbach alpha*  $<$  dari  $0,6$ , maka jawaban responden yang tidak konsisten harus dikeluarkan (Ghozali, 2009:48).

### 3.5 Metode Analisis Data

#### 3.5.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 4 uji:

1. Uji Multikolinieritas

Uji ini mengukur tingkat asosiasi hubungan atau pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10, maka model regresi terbebas dari multikolinearitas (Priyatno, 2011:291).

2. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya problem heteroskedastisitas dapat menggunakan uji *Glejser*. Uji ini dilakukan dengan cara meregresikan semua variabel bebas dengan *absolute* residual. Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  untuk semua variabel, maka tidak ada gejala heteroskedastisitas (Latan dan Temalagi, 2013:66).

### 3. Uji Normalitas

Uji asumsi ini akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Uji yang digunakan untuk melihat normalitas adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai sig > 0.05 maka residual berdistribusi normal (Priyatno, 2011:282).

### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara data dalam variabel pengamatan. Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi adalah dengan uji Durbin-Watson (DW). Jika nilai *Durbin-Watson* berada diantara 1,55 – 2,46 maka tidak terjadi autokorelasi.

### 3.5.2 Analisa Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) anugerah pangan sentosa. Persamaan regresi yang digunakan berikut (Kuncoro, 2009:236):

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

Tabel 3.1 Penjelasan Analisis Regresi Linier Berganda

Y : Kepuasan Pelanggan	$\alpha$ : Konstanta
X1 : Kualitas Layanan	$\beta_1$ : Koefisien Regresi kualitas layanan
X2 : Kualitas Produk	$\beta_2$ : Koefisien Regresi kualitas produk
	e : Residual

### **3.5.3 Koefisien Korelasi (R) Dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien korelasi mengukur seberapa jauh pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Kuncoro, 2009:240). Nilai R dan R<sup>2</sup> berada diantara 0 dan 1 semakin mendekati 1 maka pengaruh variabel bebas dengan variabel terikatnya dikatakan kuat.

### **3.5.4 Uji Simultan (Uji Statistik F)**

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel bebas yang terdapat dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Kuncoro, 2009:239). Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah H<sub>0</sub>: Variabel kualitas produk dan kualitas layanan tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, H<sub>1</sub>: Variabel kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan mempengaruhi secara terhadap kepuasan pelanggan. Jika nilai signifikansi diperoleh < 0.05 maka variabel bebas secara simultan mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel terikat.

### **3.5.5 Uji Individual (Uji Statistik t)**

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Kuncoro, 2009:238). Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah H<sub>0</sub>: Variabel kualitas produk dan kualitas layanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, H<sub>1</sub>: Variabel kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Jika nilai sig dari hasil uji t < 0,05 maka artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.