

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Menurut Sekaran (2010:121) populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Jumlah populasi dalam penelitian ini ditentukan dari rata-rata per hari konsumen Tea Amo yaitu 27 orang, jadi konsumen Tea Amo selama per tahun mencapai 9855 orang. Untuk menentukan jumlah sampel yang memang layak digunakan peneliti menggunakan rumus slovin (Sanusi, 2011:101).

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

Keterangan :

- n : Jumlah sampel
N : Jumlah populasi
e : Batas toleransi kesalahan

Jumlah populasi yang dimiliki oleh penelitian ini adalah 9855. Dan batas toleransi ditetapkan sebesar 10% (0.1), sehingga menghasilkan perhitungan sebagai berikut.

$$n = \frac{9855}{(1 + (9855 \cdot 0,1^2))} = 98,99$$

Hasil sampel tersebut dibulatkan menjadi 99 sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan di penelitian ini adalah *probability sample*. Metode yang digunakan oleh penelitian ini adalah *simple random sampling*, dimana dalam metode ini penulis mengedepankan prinsip bahwa setiap sample atau individu memiliki kemungkinan yang sama untuk terpilih secara acak (Herdiansyah, 2010:105). Pemilihan elemen sampel mengacu pada teknik sampling bilangan acak (Supranto, 2009:83). Pendekatan acak berdasarkan tanggal dan hari yang sudah dipilih, konsumen yang melakukan pembelian dihari dan tanggal berikut yang dipilih oleh penulis sebagai responden.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Data primer dalam penelitian ini didapatkan melalui jawaban-jawaban responden yang dikumpulkan dengan bantuan kuesioner, observasi dan wawancara ke pelanggan yang pernah membeli produk Tea Amo.

Data sekunder pada penelitian ini didapatkan melalui studi kepustakaan, dimana studi kepustakaan dilakukan dengan cara membaca serta mengambil data maupun informasi dari literatur-literatur maupun referensi-referensi yang ada hubungannya dengan variabel-variabel penelitian.

3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Priadana dan Muis (2010:153) mengemukakan bahwa untuk dapat mengetahui validitas *item* kuesioner, maka peneliti dapat menggunakan *Pearson correlation* antara nilai jawaban tiap *item* pertanyaan dengan nilai total jawaban

tiap pertanyaan serta dengan memperhatikan nilai *sig.* dibandingkan dengan tingkat signifikansi. Apabila nilai *sig.* < 0,1 maka item pada kuesioner dikatakan valid.

Pengujian reliabilitas terhadap seluruh *item* pernyataan dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* (α). Kriteria yang digunakan adalah jika koefisien *Cronbach Alpha* > nilai kritis yang ditetapkan (yaitu: sebesar 0,6), maka dapat disimpulkan bahwa *item* pernyataan yang terdapat dalam kuesioner dinyatakan *reliable*.

3.4. Definisi Operasional

Berikut ini adalah pemaparan mengenai definisi operasional variabel dalam penelitian ini.

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator

VARIABEL	INDIKATOR
Kualitas Produk (Variabel bebas/ X_1)	Berdasarkan pada Bonner dan Nelson dalam Lee (2010): <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang disajikan memiliki banyak variasi rasa. 2. Produk yang disajikan memiliki cita rasa yang menyegarkan. 3. Produk yang disajikan memiliki aroma yang menarik. 4. Produk yang disajikan dikemas dengan menarik.
Kualitas Layanan (Variabel bebas/ X_2)	Berdasarkan pada pandangan Parasuraman dalam Widagdo (2011:2): <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Stand</i> penjualan Tea Amo yang ada sudah terlihat memenuhi standar kesehatan. 2. Memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan

	<p>secara akurat.</p> <p>3. Pelayanan yang diberikan karyawan sudah cepat.</p> <p>4. Karyawan berperilaku sopan dalam memberikan pelayanan.</p> <p>5. Karyawan memberikan saran-saran yang membantu konsumen dalam melakukan pembelian.</p>
<p>Kepuasan pelanggan (Variabel terikat/Y)</p>	<p>Didasarkan pada pandangan Kotler dan Lane (2009:165).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mau membeli produk lain yang dijual oleh perusahaan. 2. Adanya komunikasi positif ke orang lain tentang perusahaan. 3. Loyal terhadap perusahaan. 4. Konsumen tidak terganggu akan adanya kenaikan harga produk.

Sumber: Hasil data diolah peneliti, 2014

Pengukuran variabel kualitas layanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan keputusan pembelian konsumen (Y) menggunakan Skala Likert dengan ketentuan sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Netral (N)	= 3
Cukup Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

3.5. Regresi Linear Berganda

Analisis ini berfungsi untuk memprediksikan seberapa jauh dan besar pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis data dilakukan untuk melihat secara langsung pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat (Nugroho, 2011:92). Dalam penelitian ini, menggunakan analisis regresi linier berganda dengan kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) sebagai variabel bebas, sedangkan variabel terikat adalah kepuasan pelanggan (Y)

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

Keterangan :

Y = Kepuasan pelanggan

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Kualitas Pelayanan

ε = *error* / Residual

3.6 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Kuncoro (2009:239) Uji F Bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

1. Jika nilai sig. lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,1 maka kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Jika nilai sig. lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,1. Maka berarti kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

3.7. Uji Signifikansi Individual (Uji t)

Menurut Kuncoro (2009:238) Uji t ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Menurut Riduwan dan Sunarto (2011:340), apabila nilai *sig* hitung $t \leq 0,1$, maka artinya variabel bebas (kualitas layanan dan kualitas produk) secara individual atau parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).

3.8. Koefisien korelasi (R) dan determinasi (R²)

Menurut Sugiyono (2011:153), koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas bisa menjelaskan variabel-variabel terikat. Sementara nilai koefisien korelasi (R) bertujuan untuk mengukur kuat tidaknya hubungan linear antara dua variabel

3.9. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas.

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah residual berdistribusi normal. Menurut Santoso (2010:214), guna melakukan uji normalitas peneliti

dapat menggunakan uji *Shapiro-Wilk*. Kriteria yang berlaku yaitu apabila nilai signifikansi $> 0,1$, artinya residual berdistribusi normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Cara untuk melakukan uji heterokedastisitas adalah dengan melakukan uji *Glejser*, uji *Glejser* dilakukan dengan meregresikan kualitas produk dan kualitas layanan terhadap absolut residual. Jika nilai tingkat signifikansi $t_{\text{statistik}} > 0,1$, maka dapat disimpulkan bahwa residual tidak mengalami heterokedastisitas.

3. Uji Multikolinieritas

Didalam uji ini, semua variabel bebas tidak boleh berkorelasi. Apabila terdapat korelasi antar variabel, maka dapat menyebabkan kesulitan untuk mengambil kesimpulan dampak terhadap variabel terikat. Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance inflation factor* (VIF), dan jika didapati nilai $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan variable-variabel bebas tidak mengalami multikolinieritas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah pada model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan yang sekarang dengan kesalahan yang sebelumnya. Autokorelasi terjadi bila residu yang terjadi saling mengalami korelasi. Uji autokorelasi menggunakan statistic Durbin – Watson. apabila nilai Durbin – Watson berada diantara 1,55-2,46 maka tidak terjadi autokorelasi.