

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini dipaparkan mengenai metode dan langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian. Diawali dengan objek dan lokasi tempat penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisis data. Menurut Sugiyono (2013:2), Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini digunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:35), metode kuantitatif bisa diartikan sebagai metode penelitian berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, serta tujuan dengan menguji hipotesis telah ditetapkan. Jenis penelitian ini adalah kausal yang berarti hubungan bersifat sebab akibat, sehingga adanya variabel independen dan variabel dependen (Sannusi, 2014: 14).

3.2 Populasi dan sampel

Populasi yaitu wilayah generalisasi terdiri dari : obyek/subyek mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulannya menurut Sugiono (2010). Berdasarkan observasi di Butik Neyna Kabupaten Sidoarjo. Jadi konsumen yang yang membeli barang-barang di Butik Neyna Sidoarjo itu akan digunakan sebagai sampel, jumlah konsumen selama tahun 2019 berjumlah 25700 konsumen.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010:116). Pengambilan sampel menggunakan pendekatan non- probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2007:117).

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

Keterangan:

n: jumlah sampel

N:jumlah populasi

d:batas toleransi kesalahan

Pada tingkat preposisi 10%

$$n = \frac{25.700}{25.700(0.10)^2 + 1} = 99,612 = \text{dan di bulatkan menjadi } 100$$

Penarikan sampel yang digunakan menggunakan teknik Stratified Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan partisipasi yang memiliki anggota / tidak yang tidak homogen dan proporsional. (Sugiyono, 2010: 118).

3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran.

3.3.1 Variabel bebas

Variabel bebas (independent variable (X)) adalah beberapa faktor kepuasan konsumen . Variabel ini sering disebut variable stimultan, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. inndevident yaitu variabel memiliki atau menjadi penyebab perubahan atau

dengan timbul variabel devendennt pengaruh). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu:

- 1.1 Variabel Produk (X1) Produk adalah barang-barang kebutuhan konsumen yang dapat ditawarkan freshMart untuk dapat diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. indikator produk antara lain : Produk-produk yang ditawarkan menarik. Produk-produk yang ditawarkan memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk-produk yang ditawarkan bermutu. (Kotler dan Amstrong, 2001). Skala pengukur dapat digunakan dengan skala ordinal melalui hasil jawaban responden.
- 2.1 Variabel produk (X2) Menurut harga yang diberlakukan diberlakukan terhadap setiap produk yang dijual di FrehMart Bahu Mall Manado. indikator harga, yaitu: Keterjangkauan harga produk, Kesesuaian harga kualitas produk, serta Kesesuaian harga Manfaat. (Kotler dan Amstrong, 2001). Skala pengukur yang digunakan adalah skala ordinal berdasarkan hasil jawaban responden.
- 3.1 Variabel Tempat (X3) Tempat atau lokasi adalah kegiatan pemasaran untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian pesan kepada konsumen, sehingga penyampaiannya sesuai dengan yang dibutuhkan. Indikator tempat antara lain: Letak dan pusat transportasi memudahkan konsumen dalam mencapai tempat tersebut. Tempat yang sangat nyaman bagi konsumen. Keamanan (Tjiptono, 2001) Skala pengukur yang digunakan adalah skala ordinal berdasarkan hasil jawaban responden.
- 4.1 Variabel Promosi (X4) konsumen untuk membeli. Indikator dari promosi sebagai berikut: Media promosi, Lewat karyawan, Lewat kartu anggota. (Kotler dan Amstrong, 2004) Skala pengukur yang digunakan adalah skala ordinal berdasarkan hasil jawaban responden. Promosi yaitu bentuk kegiatan promosi dengan mengkombinasikan keunggulan produk serta menunjuk.
- 5.1 Variabel Kualitas pelayanan (X5)

Adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan ,akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya,oleh karena itu perusahaan atau pembisnis harus memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih mantang melalui kualitas pelayanan ,karena kini semakin di sadari bahwa pelayanan(kepuasan pelanggan)merupakan aspek vital dalam bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan menurut Tjiptono 2004.

3.3.2 Variabel terkait (dependent variabel)

Kepuasan pelanggan(Y)adalah senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler 2005: 70). Pengukuran variabel ini, yaitu perusahaan yang mau berdiskusi, perusahaan yang dipercaya, perusahaan yang terkait dengan produk yang ditawarkan, produk yang ditawarkan, yang dapat memenuhi kebutuhan, yang ditawarkan dalam produk, pemasok dari produk, pelayanan yang sesuai dengan harapan, dan menarik pelanggan.

3.4 Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Jenis Data dan Sumber Data Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subjek (laporan data diri) merupakan jenis data penelitian yang terdiri dari pendapat, sikap, pengalaman, atau ciri-ciri orang atau kumpulan orang yang menjadi subjek penelitian (responden).

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang berasal dari Kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Butik Neyna yang berbelanja secara online atau datang langsung ke Butinya. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap konsumen atau kepuasan konsumen saat selesai berbelanja . Dengan mengetahui kuesioner, analis berupaya mengukur penemuan saat proses wawancara, selain itu juga

dapat menentukan seberapa luas atau terbatas sentimen dapat diekspresikan dengan wawancara. Yaitu analisis marketing mix dan kualitas pelayanan Butik Neyna terhadap kepuasan konsumen.

Data primer merupakan data yang pertama kali dikumpulkan dan dikumpulkan oleh peneliti, dalam arti data diperoleh langsung dari responden (Sanusi, 2014: 104). Pengumpulan data yang dilakukan melalui kuesioner, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini tertutup, yaitu responden hanya menjawab sesuai dengan pilihan jawaban yang telah disediakan (Sanusi, 2014: 110). Skala pengukur yang digunakan adalah skala ordinal berdasarkan hasil jawaban responden. dalam penelitian ini menggunakan model skala likert. Skala ini menggunakan akaran ordinal. Ukuran ordinal adalah angka yang diberikan di mana angka-angka tersebut menggunakan definisi tingkat. Ukuran ini tidak mengandung nilai absolut terhadap objek, tetapi hanya memberikan kairan (peringkat) jawaban dari responden yang memberi skor tertentu. Model skala ini dilihat sebagai beriku.

Tabel 3.4 Skor Skala Likert

JAWABAN	SKOR
SANGAT SETUJU	5
SETUJU	4
KURANG SETUJU	3
TIDAK SETUJU	2
SANGAT TIDAK SETUJU	1

3.5 Uji Instrumen Penelitian

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca, dipahami dan diinterpretasikan. Data yang akan dianalisis merupakan data hasil penelitian lapangan (field research) kemudian penulis melakukan analisis untuk menarik kesimpulan. “Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain”. Sugiyono (2009) Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diselidiki dengan mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasi data dan pengujian hipotesis statistik.

3.5.2 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2005: 45) uji digunakan mengukur sah atau tidaknya suatu validitas untuk 10 kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk Untu dalam mengungkapkan menggunakan ketentuan s sesuatu yang kuesioner akan diukur oleh tersebut.

Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Jadi, Uji validitas yaitu suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Kuesioner dapat dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan oleh penulis.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang diberikan kepada responden, kemudian dilakukan pengujian terhadap instrumen untuk mengukur tingkat kebaikan instrumen maka dapat dilakukan analisis validitas dan reliabilitas validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pertanyaan terhadap apa yang ditanyakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian. Untuk menentukan kevalidan dari item kuesioner peneliti akan menggunakan program IBM SPSS Statistic. Menggunakan teknik teknik product moment dengan rumus uji validitas yaitu sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum y^2 - \sum y)^2}}$$

Keterangan:

r : Koefisien korelasi antara item (x) dengan skor total (y)

N : Banyaknya responden

X : Skor yang diperoleh dari seluruh item

Y : Skor total yang diperoleh dari suatu item

$\sum xy$: Jumlah perkalian x dan y

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi x

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi y

Adapun kriteria penilaian uji validitas, adalah sebagai berikut :

1. Apabila $r_{hitung} \geq r_{table}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila $r_{hitung} \leq r_{table}$ (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

3.5.3 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. reliabilitas suatu alat pengukur, maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Sebaliknya, jika reliabilitas alat pengeukur tersebut rendah, maka alat tersebut tidak stabil dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban Reliabilitas tingkat Semakin tinggi adalah konsisten atau stabil dari Pengujian dengan seseorang terhadap pertanyaan ke waktu. waktu reliabilitas dilakukan menghitung koefisien reliabilitas dengan menggunakan formulasi cronbach alpha, yang selanjutnya disebut koefisien alpha. Secara umum kriteria reliabilitas alpha

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

r_{11} : Koefisien reliabilitas instrumen yang dicari

k : Banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma^2 b$: Jumlah varian butir

$\sigma^2 t$: Varian total

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten
2. Sementara, jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,6$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear Ordinary Least Square (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. normalitas yang umum digunakan karena di nilai lebih sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi. Menurut Ghozali (2013) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik Uji Kolmogorov-Smirnov dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05. Untuk lebih sederhana, pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat profitabilitas dari Kolmogorov-Smirnov Z statistik. Jika profitabilitas Z statistik lebih kecil dari 0,05 maka nilai residual dalam suatu regresi tidak terdistribusi secara normal menurut Ghozali, 2007 dalam Duitaningsih, 2012. Pengujian normalitas dilakukan dengan teknik analisis *Kolmogorof-Smirnov* dengan rumus :

$$KS : 1,36 \sqrt{\frac{n1 + n2}{n1n2}}$$

Keterangan:

KS : Harga *Kolmogrov-Smirnov*

n1 : Jumlah sampel yang diperoleh

n2 : Jumlah sampel yang diharapkan.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan) antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi antar variabel bebas sehingga bebas multikolinieritas. Untuk mendeteksi dapat melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF).

Uji Heteroskedastisitas.

Uji Heteroskedastisitas Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda dan apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika titik ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit) Uji Statiska F ngon uii E ini dilakukan untuk melihat apakah semua variabel.

3.6.2 Uji Hipotesis

3.6.2.1 Regresi Linier Berganda

Analisis linear regresi berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen, bila terdapat dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda dilakukan apabila terdapat paling sedikitnya dua variabel independen. Adapun persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja Manajerial

a = Koefisien konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Produk

X_2 = Price

X_3 = Place

X_4 = Promotion

X_5 = Kualitas pelayanan

e = Error , Variabel gangguan

3.6.2.2 Uji t

Uji t atau uji parsial, uji-t yaitu jenis pengujian statistika dengan mengetahui adanya perbedaan dari nilai diperkirakan saat nilai hasil perhitungan statistika. Uji-t menilai apakah mean dan keragaman dari dua kelompok berbeda secara statistik satu sama lain. Uji ini bisa dilakukan untuk membandingkan t hitung dengan t tabel atau saat melihat kolom signifikansi dengan masing-masing t hitung, Jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$, maka bisa didefinisikan bahwa adanya pengaruh antara variabel bebas pada variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi $> 0,05$, maka bisa dikatakan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara masing-masing variabel bebas pada variabel terikat.

3.6.2.3 Uji F

Pengujian dapat dilakukan dengan uji F ini agar dapat melihat apakah semua variabel independen atau bebas bisa dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama (simultan) pada variabel dependen atau terikat. Kriteria pengujian, jika tingkat signifikansi uji F < 0.05 , mendefinisikan bahwa model regresi dapat digunakan dalam penelitian dan layak digunakan dengan mengukur pengaruh secara simultan variabel independen pada variabel dependen serta dapat digunakan pada analisa selanjutnya.