

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2012) mengemukakan bahwa: “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui analisis pengaruh kualitas produk, harga dan *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen

1.2 Populasi dan Sampel

1.2.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai kumpulan dari seluruh elemen sejenis tetapi dapat dibedakan satu sama lain (Arikunto, 2012). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang ada di Yari Kitchen Malang yang jumlahnya 478 orang dari jumlah transaksi pembelian dari bulan Februari sampai Maret tahun 2024

1.2.2 Sampel

Sampel adalah sejumlah anggota yang dipilih/diambil yang bersumber dari populasi. Besarnya sampel yang diambil ditentukan dari banyaknya data pada sampel itu (Sugiyono, 2012). Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling. Menurut (Singarimbun, 2012), Random Sampling atau biasa disingkat Random Sampling merupakan suatu cara pengambilan sampel dimana tiap anggota populasi diberikan opportunity (kesempatan) yang sama untuk terpilih menjadi sampel.

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus slovin. Menurut (Sugiyono, 2018). perhitungan sampel dilakukan dengan rumus slovin, yaitu sebagai berikut :

$$n = N / (1 + N (e)^2)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel (responden dalam penelitian)

N = Jumlah populasi

E = Margin of Error/tingkat kesalahan (10%)

Karena jumlah konsumen Yari Kitchen Malang selama 2 bulan terakhir yaitu sebanyak 478 orang dari jumlah transaksi pembelian. Penentuan sampel menggunakan rumus slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$
$$n = \frac{478}{1 + 478 (10\%)^2}$$
$$n = \frac{478}{1 + 478 (0.01)}$$
$$n = \frac{478}{5.78}$$
$$n = 83$$

Berdasarkan Perhitungan di atas, maka jumlah responden yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 83 responden yang didapat dari konsumen yang datang ke Yari Kitchen Malang.

1.3 Indikator Penelitian

Tabel 3. 1 Indikator Penelitian

Variable	Indikator	Referensi	Tahun
Kualitas produk (X1)	<ul style="list-style-type: none">➤ Keandalan yang sesuai dengan kebutuhan➤ Daya tahan yang lama➤ Kemudahan pembeli dalam mendapatkan produk➤ Desain yang sesuai dengan selera➤ Produk yang memenuhi Tingkat kepuasan	Rahayu	2021

Harga (X2)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kesesuaian harga dengan mutu produk ➤ Kesesuaian harga dengan nilai manfaat ➤ Kompetisi harga ➤ Harga yang wajar 	Meithiana Indrasari	2019
<i>Word of mouth</i> (X3)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mengulas pengalaman positif terkait kualitas produk ➤ Merekomendasikan produk kepada teman dan keluarga ➤ Mendorong teman dan keluarga untuk mencoba produk 	Fakhrudin	2021
Kepuasan konsumen (Y)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mutu produk yang dihasilkan ➤ Kualitas pelayanan yang disediakan ➤ Harga barang ➤ Aksesibilitas Produk ➤ Metode pemasaran produk 	Fadhli & Pratiwi	2021

1.4 Metode Pengumpulan data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu data yang berbentuk bilangan (skala likert) dan angka (ordinal) yang diolah dan dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika dan statistic. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner/angket. Menurut Halim.Abd (2020) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang kemudian dibagikan kepada para responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa

diharapkan dari responden. Kuesioner dalam penelitian ini dibagikan secara online menggunakan *google form* yang disebarluaskan konsumen Yari Kitchen.

Kuesioner dirancang dengan memakai skala likert dari 1 hingga 5 (Widodo *et al.*, 2023), dimana responden diminta untuk menilai sejumlah pernyataan terkait dengan aspek-aspek yang relevan dengan penelitian ini

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Kategori Jawaban	Bobot
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2019:147)

1.5 Metode Analisis

1.5.1 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bermaksud guna menguji regresi, dari variabel bebas serta terikat, atau keduanya, mempunyai penyebaran normal ataupun tidak. Jika tidak, temuan uji pada statistik ini akan berkurang. Untuk uji normalitas data, jika nilai signifikansi $> 5\%$ atau $0,05$ dilakukan dengan uji satu sampel Kolmogorov-Smirnov dengan metode exact Monte Carlo, asalkan data berdistribusi normal dapat dilakukan. Sebaliknya, jika uji satu sampel Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan metode uji exact Monte Carlo menghasilkan jauh di bawah 5% atau $0,05$, maka data tidak mempunyai penyebaran normal (Ghozali, 2018).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (X) (Ghozali & Latan, 2015). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel

bebas (X). Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas sama dengan nol (0).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain” (Ghozali & Latan, 2015). Jika variance dari residual pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas

1.5.2 Uji Instrument Penelitian

a. Uji Validitas

(Sugiyono, 2012) Validitas merupakan derajat antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti. Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS. Jika dinilai signifikan (P Value) $> 0,05$, maka tidak terjadi hubungan yang signifikan sedangkan, apabila nilai signifikan (P Value) $< 0,05$, maka terjadi hubungan yang signifikan.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2012) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha. Koefisien Cronbach Alpha yang $> 0,7$ menunjukkan kehandalan (reabilitas) instrumen. Jika koefisien Cronbach Alpha yang $< 0,7$ kurang handalnya instrumen. Selain itu Cronbach Alpha yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

3.5.3 Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan teknik analisis untuk mengetahui hubungan secara linear antara variabel independen yakni Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Word of Mouth (X3) dengan variabel dependen Kepuasan Konsumen di Yary Kitchen (Y). Model persamaan analisis regresi linear berganda yaitu (Sugiyono, 2012):

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

Keterangan :

Y	= Kepuasan Konsumen di Yary Kitchen
α	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien Regresi
X1	= Kualitas Produk
X2	= Harga
X3	= Word of Mouth
ε	= Error term (variable pengganggu)

3.5.4 Hipotesis (Uji t)

Uji t adalah uji yang mengukur besarnya perbedaan dua atau beberapa mean antar kelompok. Uji t digunakan untuk menghitung signifikansi pengaruh secara parsial dari variabel. Kualitas produk, harga dan *word of mouth* layak untuk menjelaskan variabel dependennya, yaitu kepuasan konsumen

3.5.5 Uji F

(Ghozali & Latan, 2015) mengatakan bahwa untuk mengetahui variabel independen model mempengaruhi variabel dependen secara simultan. Jika nilai F hitung > nilai F tabel, dapat dikatakan bahwa variabel dependen dipengaruhi variabel independen secara bersamaan.

3.5.6 Koefisien Determinasi (R²)

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas (Kualitas produk, harga dan *word of mouth*) untuk menjelaskan variabel terikat (kepuasan konsumen). Nilai koefisien determinasi berkisar 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Nilai koefisien determinasi yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel-variabel terikat terbatas. Nilai koefisien yang mendekati satu berarti variabel bebas hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memberikan variasi pada variabel tidak bebas. Untuk

mempermudah pengolahan data maka pengujian-pengujian diatas dilakukan menggunakan program pengolahan SPSS 26