

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana menurut wiratna sujarweni (2015: p,39), penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan–penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur–prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Dalam analisis data adalah mengelompokan data-data berdasarkan variabel penelitian dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Maka dalam penelitian ini untuk menguji dan menganalisa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen pada rumah makan geprek benu di bandar lampung. Statistik deskriptif merupakan bagian dari statistik yang mempelajari alat, teknik, atau prosedur untuk mendeskripsikan agar mendapatkan gambaran sekumpulan data dari hasil pengamatan (lupiyoadi dan ikhsan, 2015:84). Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden suatu penelitian, dalam hal ini konsumen rumah makan ayam geprek benu bandar lampung lampung.

3.2 Sumber data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan data. Sumber data untuk memperolehnya, antara lain:

3.2.1 Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Data yang diperoleh dari data primer ini

harus diolah lagi. Menurut wiratna sujarweni (2015: p.39), sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti data dari perusahaan atau subjek penelitian ini. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data-data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden yang berkaitan tentang bagaimana faktor kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen pada rumah makan geprek benu di bandar lampung.

3.2.2 Data sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, artikel, buku-buku sebagai teori dan lain sebagainya, sebagai referensi atau acuan suatu penelitian. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data. Menurut wiratna sujarweni (2015: p.39).

3.3 Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

3.3.1 Penelitian kepustakaan (*library research*)

Teknik ini dilakukan dengan mengkaji berbagai teori dan bahasan yang relevan dengan penyusunan skripsi ini seperti data yang bersumber dari berbagai referensi seperti literatur, arsip, dokumentasi, dan data lain yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

3.3.2 Penelitian lapangan (*field research*)

Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan yang menjadi subjek penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara:

1. Observasi (survey).

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lainnya, yaitu wawancara dan penyebaran kuesioner.

2. Interview (wawancara).

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

3. Kuesioner (angket).

Kuesioner penelitian adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab menurut sugiyono (2014: p.142). Pengumpulan data-data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara memberi seperangkat pernyataan-pernyataan tertulis yang diajukan kepada responden, dengan perhitungan jawaban pernyataan yang diajukan adalah.

0 = Tidak setuju dan 1 = Setuju

3.4 Populasi dan sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (sugiyono 2014.p,80). Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen pada rumah makan geprek benu di bandar lampung, selama tahun 2017 yaitu, sebanyak 32461 orang konsumen.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut menurut (sugiyono 2014: p.81). Dari populasi yang telah ditentukan diatas, maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika

populasi yang diteliti berjumlah besar dalam artian sampel tersebut harus representative atau mewakili dari populasi tersebut.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *non probability sampling* adalah pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih. Menurut (sugiyono, 2014.p:84). Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus *slovin* dengan batasan kesalahan 10%. Rumus untuk menghitung ukuran atau besarnya sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

N = jumlah sampel

N = jumlah populasi

E = batas kesalahan.

Berdasarkan rumus diatas, maka perhitungan sampel yang harus diambil adalah :

$$n = \frac{32461}{(1 + 32461 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = \frac{32461}{(1 + 32461 \cdot 0,01)}$$

$$n = \frac{32461}{1 + 32461}$$

$$n = \frac{32461}{32462} = 0,99$$

$$n = 99$$

Berdasarkan penghitungan rumus *slovin* diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 responden. Maka peneliti mengambil atau membulatkan jumlah sampel sebanyak 100 orang konsumen rumah makan geprek benu di bandar lampung.

3.5 Variabel penelitian

Menurut sugiyono (2014: p.33) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi lalu kemudian ditarik kesimpulannya. Maka dalam penelitian ini variabel penelitian adalah sebagai berikut:

3.5.1 Variabel independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga.

3.5.2 Variabel dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah kepuasan konsumen

3.6 Definisi operasional variabel

Definisi operasional variabel adalah untuk menjelaskan dan mengungkapkan makna variabel yang sedang diteliti. Sedangkan dalam definisi konsep, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau subjek yang diteliti. Menurut wiratna sujarweni (2015: p.76), definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana. Maka untuk mengungkapkan secara operasional dari masing-masing variabel agar dapat diukur melalui indikator-indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi operasional variabel

Variabel penelitian	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator Variabel
Kepuasan konsumen	Menurut kotler dan keller (2012: p.139) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang timbul dari membandingkan kinerja dari suatu produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.	Perasaan senang atau tidak nya konsumen terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga, yang di tawarkan oleh rumah makan ayam geprek bensu bandar lampung.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terpenuhinya harapan konsumen 2. Sikap atau keinginan menggunakan produk 3. Merekomendasikan kepada pihak lain 4. Kualitas layanan 5. Loyal 6. Reputasi yang baik 7. Lokasi
Kualitas produk	Kualitas produk menurut kotler dan armstrong (2014: p.352) sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk mendapatkan perhatian, agar dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan.	Kualitas produk yang ditawarkan oleh rumah makan ayam geprek bensu bandar lampung, sudah mampu memenuhi kebutuhan atau harapan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja produk 2. Keandalan produk 3. Keistimewaan produk 4. Kemampuan produk 5. Daya tahan produk
Kualitas pelayanan	Menurut kotler dan keller (2009: p.143) menyatakan bahwa kualitas pelayanan bentuk segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh rumah makan ayam geprek bensu bandar lampung, kepada para konsumen yang melakukan pembelian produk yang ditawarkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterampilan dan profesionalisme 2. Perilaku dan sikap karyawan 3. Flexibilitas dan kenyamanan 4. Kepercayaan dan keandalan 5. Pemulihan layanan 6. Cakupan layanan 7. Kredibilitas dan reputasi
Harga	Bagi konsumen juga harga merupakan semua bentuk biaya yang dikorbankan konsumen untuk memperoleh, memiliki, manfaat sejumlah kombinasi antara barang dan pelayanan dari suatu produk atau jasa. Bagi perusahaan, penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing (hasan 2008: p.298).	Konsumen selalu menilai kesesuaian harga yang ditetapkan oleh rumah makan ayam geprek bensu bandar lampung, pada setiap produk atau pelayanan yang diperoleh konsumen saat melakukan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditetapkan. 2. Keterjangkauan harga. 3. Kesesuaian harga dengan kualitas. 4. Daya saing harga. 5. Potongan harga.

3.7 Metode analisis data

Wiratna sujarweni (2015: p.121) menyatakan bahwa analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah atau hipotesis penelitian.

3.7.1. Cochran q-test

Menurut simamora (2004), cochrans qtest digunakan untuk menganalisis tingkat keberhasilan/kesuksesan data secara statistik, menguji hipotesa pada beberapa variable yang berhubungan secara dikotomi yang memiliki nilai mean yang sama. Cochran q-test ini digunakan jika datanya berbentuk nominal, lebih dari dua sampel, datanya tidak bebas dan memiliki respon biner seperti sukses (1) versus gagal (0) atau setuju (1) versus tidak setuju (0). Dengan menggunakan rumus cochrans q test, kita dapat melakukan pengujian tingkat kepentingan setiap faktor yang valid dan menghilangkan unsur subyektifitas terhadap suatu faktor. Dengan menggunakan uji ini kita akan mengetahui keberadaan hubungan antara beberapa faktor, dimana dari sekian faktor yang dianggap penting oleh konsumen akan dibuang faktor yang banyak mendapatkan jawaban “tidak” secara iterasi statistic, sampai akhirnya diperoleh faktor yang betul-betul menggambarkan tingkat yang paling dipertimbangkan (tingkat kepentingan tertinggi) dalam menentukan keputusan pemilihan destinasi wisata.

Rumus yang digunakan untuk Cochran q test adalah

$$Q = \frac{(k-1) \left\{ k \sum C_j^2 - (\sum C_j)^2 \right\}}{k \sum R_i \sum R_i^2}$$

Dimana:

K = jumlah variabel

N = jumlah responden (pengamatan)

C_j = total respon pada j variable (kolom)

R_i = total respon pada i pengamatan

Hipotesis yang dibangun pada penelitian ini adalah:

H₀ : semua faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan domestik nusantara memiliki proporsi jawab setuju yang sama

H_a : semua faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan domestik nusantara memiliki proporsi jawab setuju yang berbeda

Keputusan inferensi adalah tolak H₀ dan terima H_a, jika q hit > q tab, dan terima H₀ dan tolak H_a, jika q hit < q tab.

Dimana:

- jika tolak H₀ berarti proporsi jawaban setuju masih berbeda pada semua faktor yang berpengaruh. Artinya belum ada kesepakatan diantara para responden tentang faktor yang dianalisis.
- jika terima H₀ berarti proporsi ya pada semua faktor dianggap sama. Dengan demikian, semua responden dianggap sepakat mengenai semua atribut sebagai faktor yang dipertimbangkan