

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019), pada dasarnya metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini berjenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif dilakukan untuk menganalisis satu atau lebih variabel tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antar variabel yang lainnya (Bahri, 2019).

Tujuan penelitian deskriptif ini merupakan untuk menggambarkan serta memecahkan masalah secara sistematis, faktual dan akurat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dikarenakan penelitian ini adalah penelitian yang menguji seberapa besar pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan.

3.2. Objek / Subjek Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019) objek penelitian adalah jenis data penelitian yang dihasilkan dengan cara pengamatan berupa objek. Objek penelitian ini adalah Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Susu SGM di toko susu G&G, MM Jaya Indah Kertapati, Toko Miring, Toko Restu Embun, dan Toko Intan Palembang.

3.2.2. Subjek Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019) subjek penelitian adalah pihak yang digunakan pada penelitian ini sebagai sampel. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang membeli Produk Susu SGM di toko susu G&G, MM Jaya Indah Kertapati, Toko Miring, Toko Restu Embun, dan Toko Intan Palembang sebanyak 48.889.

3.3. Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli Produk Susu SGM di Palembang.

3.3.2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019) sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil melalui cara tertentu yang memiliki karakteristik tertentu. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2019), *non-probability sampling* adalah teknik pemilihan sampel tidak secara acak sehingga elemen-elemen populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel penelitian.

Metode yang digunakan yaitu *quota sampling* atau teknik pemilihan sampel menurut jumlah yang diinginkan (Sugiyono, 2019) dengan cara menyebarkan kuesioner untuk mengetahui respon konsumen dalam membeli produk susu SGM di toko susu G&G, MM Jaya Indah Kertapati, Toko Miring, Toko Restu Embun,

dan Toko Intan memberikan respon secara langsung yang disebarakan. Adapun kriteria sampelnya yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu :

1. Konsumen (orang tua, saudara atau anggota keluarga lainnya) yang membeli produk Susu SGM di Toko susu G&G, MM Jaya Indah Kertapati, Toko Miring, Toko Restu Embun, dan Toko Intan Palembang.

Berdasarkan pada kriteria pengambilan sampel seperti yang telah disebutkan di atas, maka jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 orang responden.

Tabel 3.1. Tabulasi Koisioner

No	Nama Toko	Responden
1	Toko susu G&G	20
2	MM Jaya Indah Kertapati	20
3	Toko Miring	20
4	Toko Restu Embun	20
5	Toko Intan	20
	Total	100

Pada penelitian ini menerapkan ukuran sampel menurut Slovin (Bahri, 2019) bahwa menentukan pendekatan tentang jumlah sampel yang perlu diambil untuk suatu populasi tertentu dengan memasukkan unsur kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi dinyatakan dalam prosentase 10% sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = jumlah sampel minimal

N = jumlah populasi

e = prosentase kelonggaran ketidaktelitian

Berdasarkan pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin yang jumlah populasi akan diteliti dengan jumlah pada konsumen. Data tersebut didapatkan dari ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin. Total penjualan dari toko susu G&G, MM Jaya Indah Kertapati, Toko Miring, Toko Restu Embun, dan Toko Intan selama 2023 yaitu sebanyak 48.889 penjualan. Tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 10% maka jumlah sampel minimal adalah :

$$n = \frac{48.889}{1 + 48.889 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{48.889}{1 + 48.889 (0,01)^2}$$

$$n = \frac{48.889}{489,89}$$

$$n = 99,79$$

$$n = 100$$

3.4. Jenis Data

Menurut (Hantono, 2020) dalam penelitian ini sumber data diperlukan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan permasalahan, sumber data tergolong atas dua bagian sebagai berikut :

3.4.1. Data Primer

Menurut (Hantono, 2020) data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara. Penelitian ini, sumber data primer yang akan digunakan merupakan hasil wawancara serta hasil pengisian kuesioner pembelian Produk Susu SGM di Palembang.

3.4.2. Data Sekunder

Menurut (Hantono, 2020) data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dan melalui media perantara, berasal dari sumber yang telah ada atau data sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini digunakan data pendukung diperoleh dari buku dan artikel serta jurnal terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2019) teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Menurut (Sugiyono, 2019) terdapat pengumpulan data sebagai berikut :

3.5.1. Interview (Wawancara)

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

3.5.2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup maupun terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui internet.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan teknik wawancara dan kuesioner yang diberikan kepada responden yang membeli Produk Susu SGM di Palembang. Kuesioner juga diharapkan dapat mengetahui seberapa besar Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada produk susu SGM.

Menurut (Sugiyono, 2019) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.2. Skala Likert

Skala Interval	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Tidak Ada Pendapat	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2019

3.6. Definisi Operasional

Menurut (Hantono, 2020) Definisi operasional adalah sebuah konsep yang diubah dalam bentuk yang konstruktif dan menggunakan kata kata yang menggambarkan perilaku atau fenomena yang dapat diamati yang dapat diuji dan ditentukan sebagai benar. Menurut (Hantono, 2020) variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian.

Tabel 3.3. Definisi Operasional & Indikator

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala
1.	(Variabel Dependen) Y: Kepuasan Konsumen	Menurut (Fandy Tjiptono 2019) Kepuasan konsumen adalah konsep pokok pada teori dalam praktik pemasaran yang kontemporer. Kepuasan Konsumen juga dipandang sebagai suatu	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesedian merekomendasikan	<i>likert</i>

		elemen utama yang bisa menentukan keberhasilan pada organisasi perusahaan dan perusahaan atau bisnis.	Menurut Tjiptono (Indrasari, 2019).	
2.	(Variabel Independen) X ₁ : Kualitas Produk	Menurut Kotler dan Amstrong dalam (Sugiyono, 2020) kualitas produk sendiri merupakan karakteristik suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan.	1. Kesegaran (Freshness) 2. Tampilan (Presentation) 3. Rasa (Taste) 4. Inovasi Makanan (Innovative Food) (Sumber: Alvian, 2020)	<i>likert</i>
3.	X ₂ : Harga	Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing (Indrasari, 2019).	1. Harga sesuai kualitas produk 2. Perbandingan harga 3. Harga terjangkau oleh konsumen 4. Harga sesuai dengan harapan konsumen Sumber: (Indrasari, 2019)	<i>likert</i>
4.	X ₃ : Promosi	Menurut William (Sunyanto, 2019) Promosi adalah unsur bauran pemasaran perusahaan yang di daya gunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan produk perusahaan.	1. Periklanan (<i>advertising</i>) 2. Penjualan perseorangan (<i>Personal Selling</i>) 3. Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>) Sumber: (Anang, 2019)	<i>likert</i>

5.	X4: Kualitas Pelayanan	Menurut Tjiptono (Indrasari, 2019: h.61) definisi kualitas layanan merupakan upaya pemenuhan keinginan yang dibarengi dengan kebutuhan pelanggan serta ketetapan dalam menyampaikan agar dapat memenuhi harapan atau keinginan terhadap kepuasan konsumen.	1.Kinerja (<i>performance</i>) 2.Keandalan (<i>reability</i>) 3.Kesadaran (<i>awareness</i>) 4.Perhatian (<i>attention</i>) 5.Ketepatan (<i>acuracy</i>) Sumber: (Indrasari, 2019)	<i>likert</i>
----	---------------------------	--	---	---------------

3.7. Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2019) analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami. analisis data dilakukan dengan menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, membuat kesimpulan yang diceritakan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Pengolahan data pada metode ini menggunakan metode statistik dan proses perhitungan data dengan bantuan program SPSS (Statistical Program For Society Science). analisis yang digunakan penelitian adalah sebagai berikut :

3.7.1. Uji Validitas

Menurut (Hantono, 2020) Uji validitas sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjelaskan fungsi ukunya atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r

hitung dengan r table untuk degree of freedom (df)=n-2, hal ini n merupakan jumlah sample. jika r hitung lebih besar dari pada r tabel dan nilai positif maka pertanyaan tersebut valid.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Menurut (Hantono, 2020) reliabilitas adalah pengujian yang menunjukkan apakah suatu instrumen yang digunakan untuk memperoleh informasi dapat dipercaya untuk mengukur informasi di lapangan sebagai alat pengumpulan data. Untuk menilai reliabel tidaknya suatu instrument ditinjau pada ukuran kemantapan alpha. suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,70.

3.7.3. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut (Hantono, 2020) analisis regresi berganda merupakan model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau *predictor*.

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

A = Nilai konstanta

b₁b₂b₃ = Koefisien Regresi

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Harga

X₃ = Promosi

X₄ = Kualitas Pelayanan

E = Error

3.7.4. Uji Asumsi Klasik

Menurut (Hantono,2020) Uji asumsi klasik pada sebuah analisis data digunakan guna mengetahui ada atau tidaknya normalitas residual, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas pada model regresi dan data yang digunakan dalam sebuah penelitian.

3.7.5. Uji Normalitas

Menurut (Hantono, 2020) uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya di bawah kurva normal atau tidak. Pendekatan yang digunakan untuk menguji normalitas data, yaitu metode grafik dan metode uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov.

a. Metode grafik

Uji normalitas residual dengan metode grafik, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal P-P Plot of regression standardized residual. Sebagai dasar pengambilan keputusan, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai residual tersebut telah normal.

b. Metode Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov

Untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, poisson, uniform, atau exponential. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikasinya lebih dari 0,05 ($\text{sig} \geq 0,05$)

3.7.5.1. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Hantono, 2020) Heteroskedastisitas adalah bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residu untuk semua pengamatan pada model regresi linier. Jika variance dari residu satu

pengamatan ke pengamatan lain tetap. Maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Beberapa cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu salah satunya dengan menggunakan Scatterplot untuk menguji ada tidaknya Heteroskedastisitas.

3.7.5.2. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas digunakan untuk melihat hubungan antar variabel independen menurut (Hantono, 2020). mengetahui ada atau tidaknya multikolineritas di dalam model regresi sebagai berikut :

Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.

- a. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi, maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolonieritas. Multikolonieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- b. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jika nilai tolerance lebih dari 0,10 maka tidak terjadi multikolonieritas dan sebaliknya jika *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model juga terbebas dari uji multikolonieritas.

3.7.6. Uji Hipotesis

3.7.6.1. Uji Statistik t (Uji t)

Menurut (Hantono, 2020) Uji statistik t bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dan Hasil uji t dapat ditunjukkan pada tabel coefficients pada kolom sig, dengan kriteria: 1. Jika hasil t-hitung > t-tabel, maka variabel bebas berpengaruh secara signifikan atas variabel.

3.7.6.2. Uji Statistik F (Uji F)

Menurut (Hantono,2020) uji F ialah digunakan untuk menentukan signifikansi pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig.

3.7.6.3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut (Hantono, 2020) koefisien determinasi ialah mengukur kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai R² yang kecil kemampuan variabel-variabel independen.