

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:3) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah ini berarti kegiatan penelitian yang didasari dari ciri khas keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Data yang diperoleh melalui penelitian ini adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria dan karakteristik tertentu atau valid (sah). Dengan adanya data yang valid ini maka data tersebut dapat dipastikan pasti *reliable* dan objektif”.

1. Jenis Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik, agar dapat memperoleh hasil yang signifikan secara parsial dari *variabel* yang akan diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif yang bersifat kausal atau hubungan yang bersifat sebab akibat, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih.

2. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) sebagai variabel independen dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel dependen.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian akan dilakukan oleh peneliti yaitu di IKEA Sentul City Bogor, Perusahaan ini beralamat di Jl. MH. Thamrin, Citaringgul, Kec. Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16810. Objek yang dijadikan responden dalam penelitian ini ialah pelanggan bulan September 2021-Februari 2022 sedangkan waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2022 sampai dengan Bulan Agustus 2022.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Ikea Sentul City Bogor. Dalam penelitian ini jumlah populasinya tidak teridentifikasi.

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:118) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pemilihan sampel menggunakan *Non Purposive Sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Sampel *non Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Sedangkan *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampling dengan kriteria atau pertimbangan tertentu. Kriteria yang digunakan ialah responden yang membeli produk IKEA. Karena konsumen terlalu banyak sehingga tidak dapat dihitung, maka untuk mendapatkan sampel yang representative yang dapat mewakili populasi, besarnya sampel diketahui dengan metode *lemeshow*.

Adapun rumus metode *lemeshow* adalah sebagai berikut :

$$n = Z^2 \frac{1 - a/2 \cdot p \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n	= Jumlah sampel yang dicari
$Z^2 1 - a/2$	= Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96
d	= Alpa (0,1) atau sampling error = 5%
P	= Proporsi diasumsikan 0,5

Berikut adalah perhitungan jumlah sampel menggunakan metode *lemeshow* :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,05^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,0025} = \frac{0,9604}{0,0025} = 384$$

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 384 responden, namun untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel dibulatkan menjadi sebanyak 385 responden.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono dalam muhammmad Rifai (2018:75) Data primer yaitu sumber data penelitian yang didapatkan secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama. Dimana data primer ini didapat langsung melalui pengisian kuesioner dari pelanggan Ikea Sentul City Bogor.

Sedangkan data sekunder menurut Sugiyono dalam Asha Destias (2021), ialah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literature, buku-buku, serta dokumen. Dapat disimpulkan bahwa data ini diperoleh secara tidak langsung/langsung atau melalui pihak lain, atau historis (sejarah) yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan ataupun tidak. Data sekunder yaitu data dengan metode kepustakaan atau membaca buku-buku dan jurnal-jurnal skripsi yang membahas tentang kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Teknik pengumpulan data

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut :

a. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab.

b. Observasi

Merupakan teknik yang dilakukan dengan observasi secara langsung terhadap kondisi dalam perusahaan dan dilakukan dalam waktu tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian.

c. Studi Kepustakaan

Merupakan metode pengumpulan data dengan mempelajari literatur-literatur yang relevan dengan penelitian untuk mendapatkan gambaran teoritis mengenai konsep variabel penelitian.

E. Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan penjelasan atau penjabaran dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Kualitas Produk	Tjiptono dalam Septiani		

	(X ₁)	(2018:105), Kualitas menggambarkan seluruh dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (Benefit) bagi konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> a. Fitur b. Kesesuaian c. Daya Tahan d. <i>Reliability</i> e. Estetika f. Kesan Kualitas 	<i>Skala Likert</i>
2.	Kualitas Pelayanan (X ₂)	Fitzsimmons bersaudara dalam Septiani (2018:105), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ialah suatu yang kompleks dan konsumen akan menilai kualitas pelayanan melalui 5 prinsip lapisan pelayanan sebagai ukurannya.	<ul style="list-style-type: none"> a. Kehandalan b. Daya Tanggap c. Jaminan d. Empati e. Bukti Nyata 	<i>Skala Likert</i>
3.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kotler & Keller (2016:153), Kepuasan	a. Kesesuaian harapan	

	<p>pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka.</p>	<p>b. Berminat berkunjung kembali</p> <p>c. Kesiediaan merekomendasikan</p>	<p><i>Skala Likert</i></p>
--	---	---	----------------------------

F. Teknik Analisis Data

Tujuan dari teknik analisis data adalah untuk menjawab rumusan masalah ataupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan kemudian diolah sehingga dapat diambil kesimpulan yang sesuai dengan uji yang akan digunakan nantinya. Pada kesimpulan tersebut akan diketahui bagaimana pengaruh antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Skala dan Penafsiran

Sesuai dengan apa yang telah disampaikan sebelumnya bahwa penelitian ini menggunakan kuesioner dan skala *likert*. Menurut Sugiyono dalam Muhammad Rifai (2015:75) skala likert digunakan

untuk mengukur sikap, opini, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditentukan secara khusus oleh peneliti.

Skala likert mengubah variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel, kemudian indikator-indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Secara umum kategori penilaian yang digunakan pada skala likert adalah 1-5 dan penilaian skor masing-masing angka ditunjukkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 5
Metode Pengumpulan Data

Predikat	Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiyono dalam Muhamad Rifai (2019:41)

Dengan menggunakan likert, maka variabel dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan inilah yang diolah menghasilkan kesimpulan.

2. Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang telah diperoleh. Tujuannya untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Karena kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat valid atau tidak. Jika pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang akan diukur maka kuesioner tersebut dikatakan valid. Pengujian menggunakan perangkat komputer *Statistical Program for Social Science (SPSS)*, dalam mengukur validitas instrumen menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi

n = Jumlah subjek atau responden

$\sum X$ = Skor butir

$\sum Y$ = Skor total

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat nilai Y

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka kuesioner dapat dikatakan valid.

Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka kuesioner tidak dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten (Basuki, A 2015 dalam Muhammad Rifai 2019:77). Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode Cronback Alpha dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} x \left\{ 1 - \frac{\sum si}{st} \right\}$$

Keterangan :

R_{11} = Nilai Reliabilitas

$\sum Si$ = Jumlah varian skor tiap-tiap item

St = Varians Item

k = Jumlah Item (Banyaknya butir pertanyaan)

3. Uji Asumsi Klasik

Menurut Husein Umar (2016:182), uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal dan dalam model tidak mengandung homo kedastisitas dan

multikolinieritas. Uji asumsi klasik dilakukan hanya pada analisis regresi linear.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui normal tidaknya masing-masing variabel penelitian. Kita dapat melihatnya dari normal probability plot yang membentuk garis lurus diagonalnya. Jika data menyebar disekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi normal. Apabila jauh dari garis diagonalnya atau tidak mengikuti arah garis diagonalnya/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi tidak normal.

Ghozali (2017: 161) menjelaskan bahwa uji normalitas dapat berpedoman pada uji *Kolmogrov Smirnov* dengan ketentuan.

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model. Kemiripan antar variabel independen dalam suatu model akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara variabel independen

dengan variabel yang lain. Selain itu deteksi terhadap multikolinieritas juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Deteksi multikolinieritas pada suatu model dapat dilihat dari beberapa hal, antara lain :

- 1) Jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas $VIF = 1/Tolerance$ jika $VIF = 10$ $Tolerance = 1/10 = 0,1$ semakin tinggi *VIF* maka semakin rendah *Tolerance*.
- 2) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing *variable* independen kurang dari 0,70, maka model dapat dinyatakan bebas dari asumsi klasik multikolinieritas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korelasi yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinieritas.
- 3) Jika nilai koefisien determinan, baik dilihat dari R^2 maupun *R-Square* diatas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka ditengarai model terkena multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain, atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *Studentized Delete Residual* nilai tersebut. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan *variance residual* suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan yang lain, atau adanya hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *Studentizen Delete Residual* nilai tersebut sehingga dapat dikatakan model tersebut homoskedastisitas.

Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Analisis pada gambar *Scatterplot* yang menyatakan model regresi linear berganda tidak terdapat heteroskedastisitas jika :

1. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
2. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja
3. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

Menurut Ghozali (2017:139) “Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui, apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain”. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji *Glejser*. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut

$$Ln = (\epsilon_i^2) = \beta_0 + LnX_i + \mu_i$$

Keterangan:

Ln = Regresi.

ϵ_i^2 = Kuadrat nilai *undstandarized residual* dari uji regresi.

β_0 = Konstanta regresi.

$Bln(X_i)$ = Konstanta regresi variabel independen.

μ_i = *Residual test*.

d. Uji Linearitas

Pengujian linearitas dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau uji linearitas dilakukan dengan menggunakan curve estimate, yaitu gambaran hubungan linear antara variabel X dengan Y. Jika nilai signifikan $f \leq 0,05$, maka variabel X tersebut memiliki hubungan linear dengan Y.

$$F_{reg} = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$$

Keterangan :

F_{reg} = Harga bilangan F untuk garis regresi

RK_{reg} = Rerata kuadrat garis regresi

RK_{res} = Rerata kuadrat garis residu

4. Analisis Deskriptif

Metode deskriptif merupakan data yang digunakan dengan mengadakan pengumpulan data dan menganalisa sehingga diperoleh deskripsi, gambaran atau fenomena yang diteliti.

Analisis Deskriptif Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang teliti sehingga kesimpulan akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2017:147) yang dimaksud dengan analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau *generalisasi*. Pengujian yang dilakukan Deskripsi karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui arah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, apakah pengaruh positif atau negative

(Ghozali dalam Muhammad Rifai 2019). Adapun persamaan linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta

β_1, β_2 ; = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Kualitas Pelayanan

ϵ = Error

6. Analisis Korelasi

Korelasi ganda (*Multi Correlation*) adalah korelasi antara dua atau lebih variabel bebas (*Independent*) secara Bersama-sama dengan satu variabel terikat (*dependent*). Angka yang menunjukkan arah dan besar kuatnya hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat tersebut koefisien korelasi ganda, dan bisa disimbolkan R.

Dalam menguji ada tidaknya hubungan yang erat antara variabel bebas dengan variabel terikat penulis menggunakan tabel interpretasi koefisien korelasi sebagai ditunjukkan pada tabel 6 berikut :

Tabel 6
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono dalam Muhamad Rifai (2019:48)

7. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji adakah pengaruh yang signifikan secara statistic, maka diperlukan pengujian hipotesis. Hipotesis nol (H_0) diuji dengan distribusi t ratio. Pengujian terakhir dilakukan dengan uji t, yaitu untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis.

Dalam penelitian ini hipotesis-hipotesis yang diuji adalah hipotesis yang diajukan yaitu :

a. Uji Parsial (Uji t)

$H_0 : \beta_1 = 0$, Yaitu tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Ikea Sentul City Bogor.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$, Yaitu terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Ikea Sentul City Bogor.

$H_0 : \beta_2 = 0$, Yaitu tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Ikea Sentul City Bogor.

$H_1 : \beta_2 \neq 0$, Yaitu terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Ikea Sentul City Bogor.

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial (sendiri-sendiri) antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan dalam uji statistic t adalah sebagai berikut (Ghozali dalam Muhammad Rifai, 2019:50) :

- 1) Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.
- 2) Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

b. Uji Simultan (uji f)

$H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$, Yaitu tidak ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Ikea Sentul City Bogor.

$H_1 : \beta_1 \beta_2 \neq 0$, Yaitu ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Ikea Sentul City Bogor.

Uji Statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara

variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan dalam uji statistic F adalah sebagai berikut (Ghozali dalam Muhammad Rifai, 2019:50) :

- 1) Jika nilai F hitung $>$ F tabel maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.
- 2) Jika nilai F hitung $<$ F tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

8. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yang besarnya ialah kuadrat koefisien korelasi (R^2). Karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen, maka koefisien ini umum nya disebut koefisien penentu. Bentuk persamaan koefisien determinasi ialah sebagai berikut :

$$\mathbf{KD = R^2 \times 100\%}$$

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

R = Nilai koefisien korelasi