

## BAB III METODE PENELITIAN

### 1.1 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Olive's Petshop Rancabungur pada bulan Januari 2024 sampai dengan Agustus 2024.

**Tabel 3.1 Waktu Penelitian**

Kegiatan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Pengajuan Judul								
Penyusunan Proposal								
Observasi Lapangan								
Penyebaran Kuesioner								
Analisis dan Pengolahan Data								
Penyusunan Penulisan								
Penyerahan <i>Working in Progress</i>								
Sidang Skripsi Dan Komprehensif								

### 1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji ipotetsis yang telah ditetapkan.

### 1.3 Populasi Dan Sampel Penelitian

#### 1.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2020) 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 kesimpulannya. Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti.

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk Olive's *Petshop* Rancabungur, Jumlah populasi dalam

penelitian yang dilakukan di Olive's *Petshop* Rancabungur ini yaitu sebanyak 969 konsumen yang didapatkan dari data rata-rata konsumen Olive's *Petshop* Rancabungur pada periode pembelajaran di bulan Februari 2024 sampai dengan bulan Maret 2024.

### 1.3.2 Sampel

Sampel Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. "Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi." Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

d<sup>2</sup> = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Berdasarkan rumus slovin, maka besarnya sampel penelitian ini adalah:

$$n = \frac{969}{(1 + 969(10\%)^2)}$$

$$n = 90,6 \text{ (dibulatkan menjadi 91)}$$

Dari hasil perhitungan, didapatkan jumlah sampel yang diambil sebanyak 91 guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian diatas, maka penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa purposive sampling yaitu metode pengambilan sampel yang disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu (Hardani. et al, 2020:368).

Menurut Sugiyono (2020:85) Sampling purposive adalah teknik menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu dalam penentuan sampel penelitian ini ada dua yaitu:

1. Responden adalah semua pelanggan yang berasal dari semua usia, jenis kelamin, dan latar belakang pekerjaan
2. Responden adalah konsumen yang sudah membeli produk di Olive's *Petshop* Rancabungur.

#### **1.4 Teknik Pengumpulan Data**

Definisi Data menurut (Gunadi & Widiyanto, 2020) adalah bahan mentah yang perlu dilakukan pengolahan sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta sehingga dapat memberi manfaat bagi peneliti atau memberi gambaran kepada peneliti tentang kondisi atau suatu keadaan . Sedangkan informasi adalah sekumpulan data yang sudah diolah sehingga menghasilkan suatu Analisa untuk digunakan oleh pihak yang membutuhkan.

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan yang memerlukan waktu dan biaya yang banyak. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam memperoleh data primer meliputi :

1. Angket (Kuesioner) Pengumpulan data yang dilakukan secara tidak langsung yaitu peneliti tidak langsung bertanya-jawab dengan responden alat pengumpulan datanya yaitu sebuah daftar pertanyaan lengkap mengenai banyak hal yang diperlukan oleh peneliti untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan peneliti.
2. Pengamatan (Observasi) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran, teknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena yang diselidiki. Dalam arti yang luas, observasi sebenarnya tidak hanya terbatas pada pengamatan yang dilaksanakan baik secara langsung maupun tidak langsung.
3. Wawancara (Interview) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempertemukan dua orang antara peneliti dengan informan untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab mengenai objek yang akan diteliti.
4. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

#### **1.5 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel merupakan seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep. Dengan demikian penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini

akan digunakan dua jenis variabel yaitu variable bebas (*independent variable*) dan variable terikat (*dependent variable*).

**Tabel 3.2 Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran
X1 (Kualitas Produk)	Kualitas produk adalah sebuah usaha perlu diperhatikan oleh konsumen atau pelanggan yang ingin mempertahankan kualitas produk kita yang ingin kita pasarkan. (Sinulingga, 2021)	Performance	Skala Likert
		Range & Type of Features	
		Reliability & Durability	
		Sensory Characteristic	
		Ethical Profile & Image	
X2 (Kualitas Layanan)	Kualitas pelayanan merupakan takaran yang menyatakan bahwa seberapa tingkat kualitas layanan yang dapat dihaturkan untuk mencukupi oleh keputusan pembelian. (Jeany, Mauli Siagian 2020)	Reliability	Skala Likert
		Responsiveness	
		Assurance	
		Empathy	
		Tangible	
X3 (Harga)	Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk mendapatkan suatu produk. (Kotler, 2020)	Keterjangkauan Harga	Skala Likert
		Kesesuain Harga Dengan Kualitas Produk	
		Daya Saing Harga	
		Kesesuain Harga Dengan Manfaat	
Y (Kepuasan Konsumen)	Kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. (Irawan, 2021)	Sesuai Harapan	Skala Likert
		Minat Berkunjung Kembali	
		Kesediaan Merekomendasikan	

### 1.5.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasanya disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variabel*) atau yang sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga, yang penulis definisikan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk ( $X_1$ ): Menurut Asman Nasir (2021) menyatakan bahwa kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari *performance*, *range type of features*, *reability* atau *durability*, *sensory characteristic*, *ethical profile and image* serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk, sebagai parameter terhadap variable kualitas produk ( $X_1$ ).

2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ): Dzikra (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu sistem yang strategis melibatkan seluruh satuan kerja atau satuan organisasi dari mulai pimpinan sampai pegawai sehingga memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen. Parameter terhadap variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) mengacu pada indikator dari Tjiptono (2019 : 305 ) yang terdiri dari Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*) dan Bukti fisik (*Tangible*). Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert.
3. Harga ( $X_3$ ): Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Parameter terhadap variabel harga ( $X_3$ ) mengacu pada indikator dari Kotler dalam (Indrasari, 2019:36) dengan menggunakan item pernyataan sebanyak 4. Indikator dari variable ini meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat.

### **1.5.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini digunakan Kepuasan Konsumen (Y). Kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan terpenuhi, Daryanto (2019). Parameter terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) mengacu pada 3 indikator dari Indrasari (2019) yang terdiri dari Kesesuaian harapan, Minat berkunjung Kembali, dan Kesiediaan merekomendasikan.

## **1.6 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda.

### **1.6.1 Persamaan Regresi Linier Berganda**

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda adalah suatu

alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X1), (X2), (X3)... (Xn). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat

a = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

X1 = Variabel bebas 1 (Kualitas Produk)

X2 = Variabel bebas 2 (Kualitas Pelayanan)

X3 = Variabel bebas 3 (Harga)

e = error

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS).

### 1.6.2 Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dan uji t (uji parsial).

#### 1. Uji T (T-Test)

Uji T digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh signifikan dari variabel independen (prediktor) terhadap variabel dependen dalam model regresi. Uji T biasanya dilakukan untuk masing-masing variabel independen secara individual.

- Tujuan: Menilai apakah koefisien regresi dari variabel independen berbeda secara signifikan dari nol (tidak ada pengaruh).
- Hipotesis:
  - H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh signifikan (koefisien = 0).
  - H<sub>a</sub>: Ada pengaruh signifikan (koefisien ≠ 0).

- Interpretasi: Jika nilai signifikansi (p-value) dari Uji T lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditentukan (biasanya 0,05), maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## 2. Uji F (F-Test)

Uji F digunakan untuk menilai kelayakan model regresi secara keseluruhan, yaitu apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- Tujuan: Menguji apakah model regresi yang digunakan adalah model yang baik dan variabel-variabel independen secara kolektif mempengaruhi variabel dependen.
- Hipotesis:
  - $H_0$ : Tidak ada pengaruh signifikan secara bersama-sama dari variabel independen (semua koefisien = 0).
  - $H_a$ : Ada pengaruh signifikan secara bersama-sama dari variabel independen.
- Interpretasi: Jika nilai signifikansi (p-value) dari Uji F lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditentukan (biasanya 0,05), maka  $H_0$  ditolak, artinya model tersebut secara keseluruhan signifikan dan variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen

## 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi, yang sering dilambangkan dengan  $R^2$ , adalah ukuran seberapa baik model regresi menjelaskan variabilitas dari variabel dependen.

- Tujuan: Menunjukkan persentase variabilitas dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model.
- Nilai:
  - $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1.
  - Nilai  $R^2$  yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model tersebut lebih baik dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen.
- Interpretasi: Misalnya, jika  $R^2 = 0,70$ , ini berarti 70% dari variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada

dalam model, sementara 30% lainnya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model.