

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

Penelitian ini mengambil Warung Makan di daerah Gedung Tataan, Pesawaran yang bernama Warung Makan Pawit. Warung Makan ini sebagai objek penelitian dan dilakukan pada tahun 2024, Pada penelitian ini akan membahas seberapa besar pengaruh variabel bebas Harga (X), terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif adalah metode penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya, yang menggunakan angka dan statistik dalam pengumpulan serta analisis data yang dapat diterima oleh orang lain.

Menurut Sugiyono (2018:2)"Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu". Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dimana penelitian deskriptif untuk menggambarkan hasil, penelitian yang dilakukan berupa kata- kata lisan dari subyek peneliti. Menurut Sugiyono (2018:15) "Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

B. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan penjabaran dari suatu variabel, dimensi dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel dependent (variabel terikat) dan variabel independent (variabel bebas), variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen, dan variabel bebasnya adalah harga.

Tabel 3.1.
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Pengertian variabel	Indikator variabel	Konsep variabel
Kepuasan konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk / jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk	Place (tempat)	Tempat adalah salah satu hal yang memberikan suatu nilai dalam sebuah usaha, tempat yang memiliki penilaian baik maka akan dapat menyesuaikan dengan harga
		Pengalaman pengguna	kesan atau persepsi yang dirasakan oleh seseorang saat menggunakan suatu produk, layanan, atau sistem.
		Kepuasan	tingkat di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi.
		<i>expectation</i>	harapan atau standar yang dimiliki pelanggan sebelum

			mereka menggunakan suatu layanan atau produk.
		Layanan	tindakan atau kegiatan yang diberikan oleh suatu pihak (biasanya penyedia jasa atau perusahaan) kepada pelanggan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan mereka.
Harga (X)	Harga merupakan satu-satunya unsur marketing yang menghasilkan penerimaan penjualan, harga suatu barang dan jasa dapat menjadi penentu bagi permintaan pasar. Harga juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan atau organisasi.	Keterjangkauan Harga	Konsumen dapat menjangkau harga yang ditetapkan oleh perusahaan, yang dapat bervariasi dalam satu merek.
		Kualitas Pelayanan	Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan.
		Kemampuan atau Daya Saing harga	adalah kemampuan sebuah produk, layanan, atau perusahaan untuk bertahan dan unggul

			dalam pasar dibandingkan pesaingnya.
--	--	--	--------------------------------------

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

a. Populasi

menurut rizka (2024 : 81) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak di ketahui jumlahnya sehingganya penghitungan sampel akan menggunakan rumus Cochran.

b. Sampel

Menurut zulfikar (2024:81) Sampel merupakan sub kelompok dari populasi yang direncanakan diteliti untuk mengeneralisasikan kesimpulan dari penelitian. Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochran (Sugiyono, 2019:136):

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,5)^2}$$

$$n = 96,4 = 96$$

Keterangan:

n= sampel

z= harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p= peluang benar 50% = 0,5

q= peluang salah 50% = 0,5

e= margin error 5%

Dari hasil diatas 96,04 merupakan pecahan dan menurut Sugiyono (2019:143) pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang responden.

c. Teknik sampling

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Sampling Insidental yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Siapa saja pelanggan Warung Makan Pawit yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2020:85). Caranya dengan menyesuaikan kebutuhan data dengan konsumen yang terkait.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018), dokumentasi adalah metode pengumpulan data dan informasi yang meliputi buku, arsip, dokumen, tulisan, angka, dan gambar yang berfungsi sebagai laporan dan keterangan yang mendukung penelitian. Metode ini mencatat semua hasil wawancara dan informasi yang diberikan oleh informan.

Dokumentasi dapat mencakup berbagai aspek tambahan yang relevan dengan konteks tersebut. Misalnya, dokumentasi dapat mencakup menu rumah makan, daftar harga, foto interior dan eksterior, tata letak meja dan kursi, serta fasilitas yang tersedia.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013:142) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Untuk mengevaluasi seberapa efektif pengaruh lokasi dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Pawit Tahun 2024, peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data awal dalam bentuk pernyataan tertutup. Formulir google digunakan untuk distribusi kuesioner dan tanggapan diukur menggunakan skala. Dalam penelitian ini, skala Likert digunakan sebagai metode pengukuran.

E. Instrument penelitian

Penelitian ini menggunakan data melalui angket yang menggunakan skala Likert. Kuisisioner tersebut berisi pernyataan-pernyataan yang relevan dengan variabel yang sedang diteliti. Menurut Sugiyono (2013;93) untuk menyusun skala Likert, peneliti merumuskan sejumlah pernyataan atau pertanyaan yang terkait dengan masalah atau subjek yang diteliti. Selanjutnya, responden diminta untuk mengungkapkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap pernyataan atau pertanyaan tersebut.

Tabel 3.2
Alternatif jawaban dengan skala likert

Alternative jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2017:165)

1. Kuisisioner

Metode kuisisioner dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pernyataan yang untuk ditanyakan kepada responden dengan panduan kuisisioner. Untuk mempermudah peneliti dalam Menyusun instrument penelitian, maka disusun sebagai berikut:

Tabel 3.3.
Panduan kuisisioner

Varibel	Indikator	Nomor butir pernyataan	Jumlah
Harga (X)	1.keterjangkauan harga	1,2,3,4,5	5
	2. kualitas produk	6,7,8,9,10	5
	3. manfaat	11,12,13,14,15	5
	4. kemampuan atau daya saing	16,17,18,19,20	5
Jumlah			20
Kepuasan konsumen (Y)	1.place (tempat)	21,22,23,24,25	5
	2.pengalaman pengguna	26,27,28,29,30	5
	3. kepuasan	31,32,33,34,35	5
	4. <i>expectation</i>	36,37,38,39,40	5
	5.layanan	41,42,43,44,45	5
Jumlah			25
Jumlah			45

Sumber: Panduan Kuisisioner

2. Panduan wawancara

Untuk memperoleh informasi yang diperlukan melalui wawancara, peneliti menggunakan panduan wawancara sebagai alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan.

Tabel 3.4.
Panduan Wawancara

No	Data	Sumber data
1.	Warung makan pawit	Sumber data diperoleh dari wawancara di warung makan pawit
2.	Sejarah warung makan pawit	Sumber data dari pemilik warung makan pawit melalui

		wawancara
3.	Produk yang tersedia	Diperoleh dari wawancara di warung makan pawit

Sumber : Dari Pemilik melalui Wawancara

F. Nilai interval

Membuat kategori atas jawaban dengan interval menggunakan rumus sebagai berikut:

$$A. I = \frac{NT-NR}{K}$$

Keterangan :

I = Nilai Interval
 NT = Nilai Tertinggi
 NR = Nilai Rendah
 K = kategori (3)

Maka dalam penelitian ini nilai intervalnya adalah :

1. Harga (X)

X dirancang sebanyak 20 pernyataan, maka didapat nilai tertinggi 5 x 20 = 100 dan nilai terendah 1 x 20 = 20, selanjutnya dibuat kelas interval sebaagai berikut

$$I = \frac{100 - 20}{3} = 26,6$$

Dengan interval (i = 26,6) dibulatkan menjadi (i=27) maka diperoleh pengkategorian variabel promosi (X) yaitu :

- Skor 20 – 46 Harga berkategori kurang baik, yang di maksud dengan nilai kurang baik disni adalah nilai yang berada dalam

rentang terendah dalam skala interval yang menunjukkan adanya respon kurang baik.

- b. Skor 47 – 73 Harga berkategori sedang, yang di maksud dengan nilai kategori sedang adalah nilai yang berada pada tengah-tengah skala interval yang menunjukkan respon yang cukup.
- c. Skor 74 – 100 Harga berkategori baik, yang di maksud dengan kategori baik adalah nilai yang berada pada rentang tertinggi dalam skala interval yang menunjukkan bahwa memiliki respon yang baik atau sangat baik.

2. Kepuasan konsumen (Y)

Y dirancang sebanyak 25 pernyataan, maka didapat nilai tertinggi $5 \times 25 = 125$ dan nilai terendah $1 \times 25 = 25$, selanjutnya dibuat kelas interval sebaagai berikut

$$I = \frac{125 - 25}{3} = 33,33$$

Dengan interval ($i = 33,33$) dibulatkan menjadi ($i=33$) maka diperoleh pengkategorian variabel promosi (X) yaitu :

- d. Skor 25 – 57 Kepuasan Konsumen berkategori kurang baik, yang di maksud dengan nilai kurang baik disini adalah nilai yang berada dalam rentang terendah dalam skala interval yang menunjukkan adanya respon kurang baik.

- e. Skor 58 – 90 Kepuasan Konsumen berkategori sedang, yang dimaksud dengan nilai kategori sedang adalah nilai yang berada pada tengah-tengah skala interval yang menunjukkan respon yang cukup.
- f. Skor 91 – 125 Kepuasan Konsumen berkategori baik, yang dimaksud dengan kategori baik adalah nilai yang berada pada rentang tertinggi dalam skala interval yang menunjukkan bahwa memiliki respon yang baik atau sangat baik.

G. Teknik Analisa Data

Menurut Sugiyono (2020:131) analisis data merupakan proses sistematis untuk mencari dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Proses ini melibatkan pengorganisaian data kedalam kategori-kategori, penguraian data menjadi unit-unit, sintesis, penyusunan pola, pemilihan data yang relevan untuk dipelajari, serta penarikan kesimpulan agar data tersebut mudah dipahami baik oleh peneliti sendiri maupun orang lain.

H. Analisis instrument penelitian

a. Uji validitas

Menurut Sugiyono (2019:176) menjelaskan bahwa validitas adalah instrument yang dapat digunakan untuk mengukur antara data yang terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji signifikansi dilakukan dengan nilai r hitung dibandingkan dengan nilai r tabel. Penentuan layak atau tidaknya suatu item ditentukan dengan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,1 yang berarti suatu item dapat dikatakan valid jika memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilainya positif maka item dinyatakan valid sedangkan jika r lebih kecil dari r tabel maka item dinyatakan tidak valid. Menurut Sugiyono (2018:276) rumus korelasi person Product moment adalah :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - n\sum x^2(n\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r = Nilai validasi

n = Jumlah sampel yang di uji

x = Nilai skor butir pernyataan responden

y = Jumlah skor total pernyataan responden

kriteria putusan :

selanjutnya nilai r hitung dibagi dengan r tabel dengan nilai = $n-2$ pada

Pada taraf 5% dengan kriteria keputusan

jika r hitung $>$ r tabel = valid

jika r hitung $<$ r tabel = tidak valid

b. Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono (2019) instrument reliabel adalah instrument yang dapat digunakan berkali-kali saat mengukur objek yang sama dan

menghasilkan data yang sama. Uji reabilitas digunakan sebagai alat untuk mengukur kuesioner, yang merupakan indikator variabel. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel atau dapat diandalkan jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reabilitas kuesioner ini di uji dengan menggunakan teknik Cronbach Alpha. Menurut Ghazali (2018) menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha dapat diterima jika $>0,6$. Semakin dekat Cronbach's Alpha ke 1, semakin tinggi reabilitas konsistensi internal. Menurut Sugiyono (2018;85) dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a_b^2}{a_t^2} \right)$$

Keterangan :

r = indeks reabilitas

k = kebanyakan butir pernyataan

$\sum a_b^2$ = Jumlah varian dan butir pernyataan

a_t^2 = varian total

Koefisien koreksi dapat dikatakan reliabel jika koefisien Cronbach alpha lebih besar dari 0,6 maka instrument penelitian tidak reliabel.

I. Analisa Data Penelitian

a. Analisa regresi linier sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Apakah positif atau negatif dan

untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami fluktualisasi. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Rumus regresi linier sederhana menurut Sugiyono (2018:188) sebagai berikut :

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :

Y' = variabel dependent (kepuasan pe pelanggan)

X = variabel independen (harga)

a = konstanta (nilai Y' apabila $X = 0$)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan) Pengajuan hipotesis

Pengujian hipotesis regresi linear sederhana dibagi menjadi dua yaitu pengujian koefisien regresi sederhana dan pengajuan tingkat signifikan. Pernyataan hipotesis untuk koefisien regresi sederhana sebagai berikut :

$H_0 : b = 0$ tidak ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Warung Makan Pawit.

$H_1 : b \neq 0$ ada pengaruh harga dan kepuasan konsumen di Warung Makan Pawit.

Pengujian tingkat signifikan pada $\alpha = 5\%$ (0,05) menggunakan uji t. menurut Sugiyono (2012:255) rumusnya sebagai berikut :

$$t = \frac{r}{\sqrt{\frac{1-r^2}{n-2}}}$$

Keterangan :

t = Nilai t hitung

r = Nilai korelasi

n = Jumlah data

Dengan kriteria keputusan sebagai berikut :

H_0 ditolak jika $t \text{ statistic} < 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ table}$

H_0 diterima jika $t \text{ statistic} > 0,05$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ table}$

Nilai t -table diperoleh dari $df = n - k$

Keterangan :

n = jumlah observasi

k = variabel independen

b. Determinasi

Menurut Sugiyono (2017:361) dalam analisis korelasi terdapat angka yang disebut dengan Koefisien Determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen.

Besarnya pengaruh variabel “Harga”, terhadap variabel “Kepuasan konsumen” dapat diketahui dengan menggunakan menggunakan koefisien determinasi atau disingkat K_d . Diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasi yang dinyatakan dalam persentase. Pada penelitian ini untuk mengetahui seberapa efektif pengaruh lokasi dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Pawit dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$K_d = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = koefisien determinasi

R² = koefisien korelasi

Menurut sugiyono (2017:361) untuk menafsirkan koefisien determinasi dapat menggunakan kriteria sebagai berikut :

Tabel 3.5
pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien

Koefisien Determinasi	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Tinggi
0,80 - 1,00	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono (2017 : 361)