

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Dalam suatu kegiatan penelitian terlebih dahulu perlu menentukan metode penelitian yang akan digunakan, karena hal ini merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan dalam penelitian. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Yang dimaksud dengan metode survey menurut Sugiyono (2019:6) bahwa:

Survey merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data dari sumber atau tempat yang dimaksud secara alamiah (bukan buatan), namun peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya.

Dengan metode ini dilakukan pengumpulan dan pengolahan data, kemudian diinterpretasikan dan dianalisis berkaitan antara variabel yang diteliti. Sedangkan pendekatan kuantitatif, Sugiyono (2019:13) menjelaskan sebagai berikut:

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Tujuan dari penggunaan metode survey dengan pendekatan kuantitatif yaitu untuk mengetahui bentuk produk dan cita rasa serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.2.1 Definisi Variabel

Variabel penelitian menurut sugiyono (2018:61) adalah “satu atribut atau sifat nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”. Terdapat tiga variabel di dalam penelitian ini yaitu dua variabel bebas (*Indevpndent Variable*) dan satu variabel terikat (*Dependent Variable*)

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2018:33) Variabel bebas atau *independent variable* adalah “Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagaiberikut:

- a. Bentuk Produk, menurut Kotler (2016 : 40), bahwa:

Bentuk kata desain atau rancangan produk sebagai alat manajemen untuk menterjemahkan hasil kegiatan penelitian dan pengembangan yang dilakukan sebelum menjadi rancangan yang nyata, yang akan diproduksi dan dijual untuk menghasilkan laba.

- b. Cita rasa, menurut Kusumaningrum (2019), bahwa:

Pengertian cita rasa adalah suatu penilaian konsumen terhadap produk makanan ataupun minuman, yang mana terdapat sensasi rangsang disertai stimulus yang

dapat berasal dari eksternal maupun internal dan kemudian dirasakan oleh mulut.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*).

Menurut Sugiyono (2018:33) variabel terikat (*Dependent Variable*) adalah “variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah kepuasan konsumen yang menurut Kotler dan Keller (2013:138-139) “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil suatu produk dan harapan-harapannya”.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti sebanyak tiga variabel diantaranya adalah dua variabel bebas (*Independent Variable*) yakni bentuk produk (X_1) dan cita rasa (X_2) dan variabel terikat (*Dependent Variable*) adalah kepuasan konsumen (Y). Untuk melihat lebih jelasnya, maka ketiga variabel tersebut akan dioperasionalkan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Data
1	Bentuk	Bentuk atau desain atau rancangan produk sebagai alat manajemen untuk menterjemah	1. Ukuran	Ordinal

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Data
	Produk (X ₁)	kan hasil kegiatan penelitian dan pengembangan yang dilakukan sebelum menjadi rancangan yang nyata, yang akan diproduksi dan dijual untuk menghasilkan laba (Kotler, 2016 : 40).	2. Struktur Fisik (Kotler dan Keller, 2016:10)	in al
2	Cita Rasa (X ₂)	Cita rasa adalah suatu penilaian konsumen terhadap produk makanan ataupun minuman, yang mana terdapat sensasi rangsangan serta stimulus yang dapat berasal dari eksternal maupun internal dan kemudian dirasakan oleh mulut. (Kusumaningrum, 2019)	1. Bau 2. Rasa 3. Rangsangan Mulut (Wahidah dan Santuri, et al, 2021:3)	O rd in al
3	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil suatu produk dan harapan-harapannya. (Kotler dan Keller, 2013:138 – 139)	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali	O rd in al

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Data
			3. Kesiapan Merencanakan (Tjiptono, 2016:101)	

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019: 111)

bahwa “Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian Ladu Ketan Asli Nikmat di UMKM Malangbong.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019: 81) Menyatakan “Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.

Teknik sampling yang digunakan yaitu *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2019: 218) *probability sampling* merupakan “Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”. Teknik ini meliputi *accidental sampling* yang menurut Sugiyono (2019: 218) bahwa “Metode pengambilan sampel berdasarkan salah satu yang cocok, artinya sampel yang diperoleh oleh seorang peneliti secara kebetulan tanpa ada perencanaan terlebih dahulu dan peneliti meyakini bahwa orang tersebut layak dijadikan sumber informasi”. Adapun besarnya sampel yang diambil adalah menggunakan rumus *Lemeshow*. Menurut Sugiyono (2019: 219) “Rumus *Lemeshow* merupakan perhitungan jumlah sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti”. Adapun rumus *lemeshow* menurut Sugiyono (2019: 219) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

z : Skor Z pada Kepercayaan 95% = 1,96

P : Maksimal Estimasi

d : Tingkat Kesalahan

Dari

rumus tersebut maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus *lemeshow* dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10% sebagai berikut.

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{3,84 \times 0,5 \times 0,5}{0,01}$$

$$n = \frac{0,96}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dengan demikian responden yang akan digunakan dalam mengukur sampel 96 orang responden atau konsumen. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 orang responden yang membeli Ladu Ketan Asli Nikmat di UMKM Malangbong.

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2019:137):

1. Data Primer

Data yang diolah dengan teknik wawancara dan observasi langsung pada objek penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dengan menggunakan kuisioner.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari study kepustakaan dengan mempelajari buku-buku dan literatur lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang penulis gunakan dalam melakukan pengumpulan data untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Dalam menggunakan observasi cara yang paling efektif adalah dengan melengkapi format dan blanko pengamatan sebagai instrument pertimbangan kemudian format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang dijelaskan.

2. Penyebaran Kuisioner

Kuisioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti sudah pasti bagaimana variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.

Dalam penelitian ini kuisioner menggunakan pertanyaan tertutup dan terbuka dengan pengukuran variabel menggunakan skala likert sebagai metode *coring* sebagai berikut:

Tabel 3.2
Pembobotan Nilai Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019:244) yang dimaksud dengan analisis data adalah “Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.”

a) Untuk menganalisis besarnya pengaruh bentuk produk terhadap Kepuasan konsumen, langkah-langkahnya sebagai berikut:

1) Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menaksir bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel dependen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Persamaan regresi sederhana ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1$$

Untuk mencari nilai b dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$b = \frac{n\sum X_1 Y - \sum X_1 \sum Y}{n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2}$$

Dan untuk mencari nilai a dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X_1}{n}$$

2) Analisis Koefisien Korelasi

Dalam analisis koefisien korelasi digunakan analisis koefisien korelasi *product moment*. Dalam analisis ini yang dicari adalah koefisien korelasi yaitu angka yang menyatakan derajat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen atau untuk mengetahui

kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hubungan yang dimaksud bukanlah hubungan sebab akibat yang berlaku pada metode regresi. Metode korelasi hanya bisa digunakan pada hubungan variabel garis lurus (linier). Untuk menghitung besarnya pengaruh bentuk produk terhadap Kepuasan konsumen menggunakan rumus:

$$r_{X_1Y} = \frac{n \sum X_1 Y - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum (X_1)^2 - (\sum X_1)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi *product moment* (derajat hubungan antar X dan Y)

n = jumlah responden

x_1 = variabel Bebas

y = Variabel Terikat

3) Analisis Koefisien Determinasi

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya adalah menghitung koefisien determinasi, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y. Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

$r =$ Koefisien Korelasi

4) Uji Hipotesis (Uji t)

Uji signifikan terhadap hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan uji t. Untuk mencari nilai t_{hitung} maka pengujian tingkat signifikannya adalah menggunakan rumus:

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

Keterangan:

$t =$ uji t / t_{hitung}

$r =$ koefisien korelasi

$n =$ banyaknya responden

2 = bilangan konstanta

Kaidah keputusan :

Jika $t_{hit} < t_{tab}$ maka hipotesis ditolak

Jika $t_{hit} > t_{tab}$ maka hipotesis diterima

b) Untuk menganalisis besarnya pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen langkahnya sebagai berikut:

1) Analisis Regresi Sederhana

Dalam analisis ini yang dicari adalah regresi yaitu angka yang menyatakan derajat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen atau untuk mengetahui kuat atau lemahnya

hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Persamaan regresi sederhana ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1$$

Untuk mencari nilai b dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$b = \frac{n\sum X_2 Y - \sum X_2 \sum Y}{n\sum X_2^2 - (\sum X_2)^2}$$

Dan untuk mencari nilai a dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X_2}{n}$$

2) Analisis Koefisien Korelasi

Dalam analisis koefisien korelasi digunakan analisis koefisien korelasi *product moment*. Dalam analisis ini yang dicari adalah koefisien korelasi yaitu angka yang menyatakan derajat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen atau untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hubungan yang dimaksud bukanlah hubungan sebab akibat yang berlaku pada metode regresi. Metode korelasi hanya bisa digunakan pada hubungan variabel garis lurus (linier). Untuk menghitung besarnya pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen menggunakan rumus:

$$r_{X_2 Y} = \frac{n\sum X_2 Y - (\sum X_2)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum (X_2)^2 - (\sum X_2)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi product moment (derajat hubungan antar X dan Y)

n = jumlah responden

x_1 = variabel Bebas

y = Variabel Terikat

3) Analisis Koefisien Determinasi

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya adalah menghitung koefisien determinasi, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X_2 terhadap variabel Y. Dengan rumus:

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

4) Uji Hipotesis (Uji t)

Uji signifikan terhadap hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan uji t. Untuk mencari nilai t_{hitung} maka pengujian tingkat signifikannya adalah menggunakan rumus:

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

Keterangan:

t = uji t / t_{hitung}

r = koefisien korelasi

n = banyaknya responden

2 = bilangan konstanta

Kaidah keputusan :

Jika $t_{hit} < t_{tab}$ maka hipotesis ditolak

Jika $t_{hit} > t_{tab}$ maka hipotesis diterima

c) Untuk mengetahui pengaruh Bentukproduk dan cita rasa produkterhadapKepuasankonsumen. Langkahnya adalah sebagai berikut:

5) Uji regresi linier berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menaksir bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel dependen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

keterangan:

a = konstanta, yaitu nilai Y apabila nilai X_1 dan X_2 tidak berubah

b_1 = Nilai koefisien arah regresi untuk x_1

b_2 = nilai Koefisien arah regresi untuk x_2

y = Variabel terikat (Y)

x_1 = Variabel bebas (X1)

x_2 = Variabel bebas (X2)

Rumus mencari a, b_1 dan b_2 yaitu:

$$a = \frac{\Sigma Y}{n} - b_1 \left(\frac{\Sigma X_1}{n} \right) - b_2 \left(\frac{\Sigma X_2}{n} \right)$$

$$b_1 = \frac{(\Sigma X_2^2)(\Sigma X_1 Y) - (\Sigma X_1 X_2)(\Sigma X_2 Y)}{(\Sigma X_1^2)(\Sigma X_2^2) - (\Sigma X_1 X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\Sigma X_1^2)(\Sigma X_2 Y) - (\Sigma X_1 X_2)(\Sigma X_1 Y)}{(\Sigma X_1^2)(\Sigma X_2^2) - (\Sigma X_1 X_2)^2}$$

rumus berikutnya :

$$\Sigma Y^2 = \Sigma y^2 - \frac{(\Sigma y)^2}{n}$$

$$\Sigma Y_1^2 = \Sigma y_1^2 - \frac{(\Sigma x_1)^2}{n}$$

$$\Sigma X_2^2 = \Sigma x_2^2 - \frac{(\Sigma x_2)^2}{n}$$

$$\Sigma X_1 Y = \Sigma x_1 y - \frac{(\Sigma x_1)(\Sigma y)}{n}$$

$$\Sigma X_2 Y = \Sigma x_2 y - \frac{(\Sigma x_2)(\Sigma y)}{n}$$

$$\Sigma X_1 X_2 = \Sigma x_1 x_2 - \frac{(\Sigma x_1)(\Sigma x_2)}{n}$$

6) Uji Koefisien korelasi berganda

$$R_{x_1 x_2 y} = \sqrt{\frac{r_{x_1 y}^2 + r_{x_2 y}^2 - 2(r_{x_1 y})(r_{x_2 y})(r_{x_1 x_2})}{1 - r_{x_1 x_2}^2}}$$

$R_{x_1 x_2 y}$ = koefisien korelasi *product moment* (derajat hubungan antara X1 dan X2 terhadap Y)

n = jumlah responden

X1 = variabel independen 1 (X1)

X2 = variabel independen 2 (X2)

Y = variabel dependen (Y)

Tabel 3.3
Interprestasi Koefisien Korelasi

Interval koefisien	korelasi
0,000 – 0,199	Sangat rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, (2019:184)

7) Uji Koefisien determinasi

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya adalah menghitung koefisien determinasi, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X_1 , X_2 terhadap variabel Y . Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

4) Uji F

Uji signifikan terhadap hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan uji f. Pengujian hipotesis dapat digunakan rumus signifikansi korelasi ganda sebagai berikut:

$$F_{hit} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis ditolak.

3.6 Tempat dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini di ambil oleh penulis diUMKMLadu Ketan AsliNikmat Khas Malangbong yang beralamat di Jl Raya Selatan Malangbong.

3.6.2 Waktu Penelitian

Prosedur penelitian di mulai dari tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan data dan penulisan laporan, adapun pelaksanaan penelitian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.4
Waktu Penelitian

No	Keterangan	2023/2024					
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1	Pengajuan judul						
2	Penyusunan Proposal						
3	Seminar Usulan Penelitian						
4	Pengumpulan Data						
5	Pengolahan Data						
6	Penyusunan Skripsi						
7	Sidang Skripsi						