# BAB III METODOLOGI PENELITIAN

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2014, p. 13) Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang diangkakan, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data kuantitatif penelitian ini berupa pendapat responden dalam kuesioner.

## Waktu dan Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi yang dipilih yaitu di SFA Steak & Resto Solo Baru Kabupaten Sukoharjo. Waktu untuk penelitian ini disesuaikan dengan pencapaian data dan informasi yang dibutuhkan peneliti, diperkirakan bulan desember 2021 - Januari 2022

## Sumber Data

1. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung di tempat penelitian atau suatu tempat yang menjadi objek penelitian. Data dikumpulkan menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner. Kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang telah membeli di sfa steak & resto solobaru lebih dari 2 kali pembelian.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala Likert berbentuk Checklist.

1. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat. Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari jurnal, artikel, skripsi, tesis, buku-buku yang relevan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

## Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Cara pengambilan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap masalah yang sedang diteliti, dengan maksud untuk membandingkan keterangan-keterangan yang diperoleh dengan kenyataannya Menurut (Sugiyono, 2014, p. 225) Metode ini dilakukan agar peneliti mendapatkan gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti. Observasi ini mengenai kepuasan konsumen pembelian di SFA Steak & Resto Solo Baru

1. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2014, p. 329) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

1. Kuisioner

Menurut (Sugiyono, 2014, p. 230) kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh responden. Pernyataan dalam kuesioner dibuat dengan memberikan skor dalam masing-masing jawaban responden dengan skala Likert berisi 5 tingkatan preferensi jawaban sebagi berikut:

SS = Untuk jawaban sangat setuju

S = Untuk jawaban setuju

N = Untuk jawaban netral

TS = Untuk jawaban tidak setuju

STS = Untuk jawaban sangat tidak setuju

## Populasi dan sampel

1. Populasi (Sugiyono, 2014, p. 115) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk di SFA Steak & Resto Solo Baru yang jumlah populasinya tidak terhingga (unkonown populations).
2. Sampel Menurut (Sugiyono, 2014, p. 116) definisi sampel yaitu sebagai berikut: Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini tidak terhingga sehingga pengambilan Jumlah sampel menggunakan rumus Cochran sebagai berikut:

n=

n=

n= 96,04

Keterangan :

n = jumlah sampel yang dibutuhkan

z = harga kurva normal simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = peluang benar (0,5)

q = peluang salah (0,5) e = sampling eror (5%)

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 96,04 responden. Agar penelitian ini menjadi lebih baik maka sampel yang diambil menjadi 100. Jadi jumlah sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 responden.

Dalam penelitian ini teknik sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling yaitu 100 orang konsumen. Teknik pengambilan sampel Dalam penelitian ini penulius menggunakan teknik nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018, p. 122)

Kriteria yang bisa menjadi sampel penelitian adalah :

1. Konsumen yang sudah pernah membeli di SFA Steak & Resto Solo Baru
2. Konsumen yang nsudah pernah membeli produk SFA Steak & Resto Solo Baru sebanyak 2 kali

## Definisi Operasional Variabel & Indikator

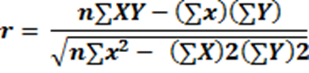
**Tabel III. 1  
Definisi Operasional Variabel**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Skala |
| Kepuasan konsumen  (Y) | Kepuasan konsumen merupakan faktor yang harus diperhataikan oleh perusahaan atau organisasi baik jasa maupun non jasa, karena akan meningkatkan kinerja dari suatu produk atau jasa atas ekpektasi dan juga persepsi daripada si konsumen. Kata kepuasan (satisfaction) berasal dari bahasa latin “ satis” artinya cukup baik dan “facio” artinya melakukan atau membuat. Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai,  Tjipto dan Chandra (2011: 292). | 1.pelanggan puas dengan harga yang dibayarkan  2. terpenuhinya harapan pelanggan  3.merekomendasikan kepada pihak lain  4. kepuasan jasa secara menyeluruh  5. akan menggunakan jasa kembali  Irawan (2008: 9) | Likert |
| Atmosfer  (X1) | Store Atmosphere merupakan kombinasi berbagai karakteristik pada restoran yang kemudian diharapkan dapat membentuk citra cafe, yang meliputi arsitektur, tata ruang, pencahayaan, suhu udara, suasana, dan aroma yang dapat mempengaruhi ketertarikan konsumen sehingga konsumen melakukan pembelian. “Store atmosphere merupakan karakteristik fisik toko yang dapat menunjukkan image (kesan) toko dan menarik konsumen  (Berman dan Evan, 2012: 36) | 1. Penataan Cahaya  2 .Musik yang diputar  3. Temperatur udara  4. Tata warna ruangan  5. Layout dan desain ruangan menarik  Puspitasari (2016) | Likert |
| Harga  (X2) | Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.  Kotler dan Amstrong (2012: 345) | 1. keterjangkauan harga  2. kesesuaian harga dengan kualitas produk  3. daya saing harga  4. kesesuaian harga dengan manfaat  Kotler dan Amstrong (2012: 52) | Likert |
| Kualitas Pelayanan  (X3) | Kualitas pelayanan adalah seluruh aktivitas yang berusaha mengkombinasikan nilai dari pemesanan, pemrosesan, hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempercepat kerjasama dengan konsumen. Memberikan kualitas pelayanan yang terbaik mampu membuat konsumen merasa puas.  Lupiyoadi (2013: 197), | 1. reliability (keandalan)  2. responsiveness (cepat tanggap)  3. assurance (jaminan)  4. emphaty (empati)  5. tangible (berwujud)  Tjiptono dan Candra (2012: 75) | Likert |

## Uji Insrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner sebagai instrumen penelitian dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Item kuesioner dikatakan valid apabila rhitung > rtabel pada nilai signifikasi 5% dan sebaliknya (Ghozali, 2018, p. 51)



Keterangan:

rXY = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah Responden

∑XY = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

∑X2 = Jumlah dari kuadrat nilai X

∑Y2 = Jumlah dari kuadrat Y

(∑X)2 = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

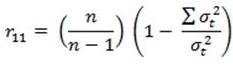
(∑Y)2 = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

bila rhitung lebih besar dari rtabel variabel tersebut valid, sedangkan jika rhitung H0 maka H0 ditolak yang artinya lebih kecil dari rtabel diterima yang artinya variabel tidak diterima (tidak valid).

1. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas ialah Alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap penyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Ghozali, 2018, p. 45).

Rumus alpha cronbach sebagai berikut:

[](http://qmc.binus.ac.id/files/2014/11/spss7.jpg)

Keterangan:

r11 = reliabilitas instrument

n = jumlah butir pertanyaan yang di uji

Ʃσt2 = jumlah inovasis skor tiap-tiap butir

σt2 = inovasis total

## Analisa Data

* 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji awal yang dilakukan oleh peneliti menggunakan model regresi yaitu uji asumsi terdiri dari uji normalitas, uji multikolineritas, uji heteroskendastisitas. Berikut penjelasan masing-masing asumsi klasik:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan guna mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik jika memiliki nilai residual yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov-smirnov. Jika nilai Kolmogorov-smirnov lebih besar dari α = 0,05, maka data normal (Ghozali, 2018, p. 161). Deteksi normalitas dapat diketahui dengan melihat sebaran data pada sumbu diagonal pada suatu grafik. dasar dalam pengambilan keputusan uji normalitas adalah:

* 1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
  2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

1. Uji Multikolenieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik semestinya tidak tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Cara mendeteksi ada tidaknya Multikolonieritas yaitu dengan cara memperhatikan angka Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih dari 0,10 (Ghozali, 2018, p. 108).

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mendeteksinya adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya ZRESID.

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Asumsi lain jika signifikan di atas tingkat kepercayaan 5% maka tidak mengandung adanya heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi lainnya jika nilai Absolut nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2018, p. 138).

* 1. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah sebuah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2018, p. 95). Adapun formula yang digunakan dalam metode analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

Rumus regresi linier berganda:

Y= a + b1 X1 + b2 X2 + b3 X3 + e

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = bilangan konstanta

b = koefisien Regresi

X1 = Atmosfer

X2 = Harga

X3 = Kualitas Pelayanan

e = error

* 1. Uji Hipotesis

1. Uji simultan (Uji F)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara variabel budaya organisasi, kompetensi, dan disiplin kerja terhadap variabel peningkatan produktivitas tenaga kerja operasional bagian mekanisasi. Apabila hasil dari uji F memiliki angka sig < 0,05 menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Siregar, 2017, p. 303).Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

* 1. Menentukan formulasi Ho dan Ha

Jika Ho : β1 =β2 = β3 = 0 tidak ada pengaruh yang signifikan antara atmosfer (X1) harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen SFA Steak & Resto Solo Baru.

Jika Ha : β1 ≠ β2 ≠ β3 ≠ 0 ada pengaruh yang signifikan antara atmosfer (X1) harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen SFA Steak & Resto Solo Baru

* 1. Menentukan level of signifikan (α).
  2. Rule of the test

Daerah Tolak Ho

Daerah Terima Ho

*Daerah ditolak*

F (α, k, n-k)

**Gambar III. 1  
Kurva Normal Uji F**

Ho diterima : F hitung ≤ F tabel (α, k, n-k)

Ho ditolak : F hitung > F tabel (α, k, n-k)

* 1. Menghitung nilai F

F = R2/ k-1

1-R2/ (n-k)

Keterangan:

k = jumlah parameter yang diestimasi termasuk *intercept*

n = jumlah pengamat

R2 = koefisien determinasi

* 1. Keputusan

Ho diterima apabila Fhitung < Ftabel

Ha ditolak apabila Fhitung > Ftabel

1. Uji Parsial (uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan secara secara terpisah, kontribusi yang ditimbulkan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, apabila hasil uji t dengan nilai signifikan < 0,05, memiliki arti bahwa variabel secara individual atau parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Siregar, 2017, p. 304). Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1. Menentukan formulasi Ho dan Ha

Jika Ho : β1 =β2 = β3 = 0, artinya variabel independen atmosfer (X1) harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y).

Jika Ha : β1 ≠ β2 ≠ β3 ≠ 0, artinya variabel independen atmosfer (X1) harga (X2) kualitas pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y).

1. Menentukan *level of signifikan* (α)
2. *Rule of the test*

t (α/2), n-k

-t (α/2), n-k

*Daerah ditolak*

*Daerah ditolak*

**Gambar III. 2  
Kurva Normal Uji t**

Ho diterima : -t (α/2, n-k) < t < t (α/2, n-k)

Ho ditolak : t < -t (α/2, n-k) atau t > t (α/2, n-k)

1. Menghitung nilai t

thitung = b – β

Sb

Keterangan:

b = koefisien regresi

β = slop garis regresi

Sb = standart error

1. Keputusan penguji
2. Ho diterima berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
3. Ho ditolak berarti terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen
   1. Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang kecil menandakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas