

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian

penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sementara wilayah yang menjadi tempat penelitian adalah KFC di Plaza madiun tepatnya di Plaza Lawu Madiun di Jl. Pahlawan No.47, Kartoharjo, Kec. Kartoharjo, Kota Madiun, Jawa Timur 63117. Pemilihan wilayah penelitian ini didasarkan pada pengaruh dari *Variation Product*, *Green Marketing*, dan *Discount* terhadap kepuasan konsumen. Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah restoran siap saji KFC dengan subjek seluruh Mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang pernah melakukan pembelian makanan dan minuman Fastfood di KFC.

Alasan memilih subjek tersebut dikarenakan saat ini generasi mudah lebih menyukai makanan cepat saji serta lebih mengedepankan gaya hidup (life style) dalam memilih suatu produk makanan yaitu restoran cepat saji .

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Menurut sugiyono populasi adalah wilayah yang mencakup objek penelitian untuk diteliti dan diambil kesimpulan. (Cahyadi, 2022). Populasi pada penelitian ini seluruh konsumen Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Angkatan dalam satu tahun yaitu Angkatan tahun 2018 sampai dengan 2023 yang telah melakukan pembelian di restoran KFC Plaza Madiun.

jumlah populasi dalam penelitian tidak dapat diketahui secara pasti sehingga dapat dikatakan dengan populasi infinite.

b. Sampel

Sampel adalah populasi yang bisa menjadi objek penelitian. Sampel adalah bagian dari karakter yang dimiliki oleh populasi (Cahyadi, 2022). Sampel pada penelitian ini diambil dengan *non probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak semua bisa menjadi sumber data. Metode pengambilan data dengan *acidental sampling*, yaitu seluruh Mahasiswa/I yang ditemui dan pernah melakukan pembelian di KFC Plaza Madiun.

Dikarenakan jumlah sampel tidak diketahui maka peneliti mempertimbangkan dengan penentuan jumlah sample berdasarkan rumus berikut (hairat al 2010):

$$\begin{aligned} N &= \{10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}\} \\ &= 10 \times 14 = 140 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas, maka diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 140 responden.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut sugiyono dalam (Cahyadi, 2022) adalah hal utama pada penelitian, karena tujuan dari penelitian untuk memperoleh data..

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Data Primer

Berdasarkan riset Sugiyono dalam (Cahyadi, 2022) data primer adalah data yang langsung diberikan kepada sumber datanya. Maksudnya data ini adalah data langsung dari konsumen KFC khususnya seluruh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang pernah melakukan pembelian KFC. Data ini didapatkan melalui penyebaran kuisisioner/angket ke responden yang berisikan beberapa pertanyaan seputar kepuasan konsumen pada KFC melewati google form.

b. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang dipakai berdasarkan dari penyebaran kuisisioner berisi daftar pernyataan terstruktur yang telah disiapkan oleh peneliti dan kuisisioner diisi oleh pihak responden yang sesuai. Penelitian ini menggunakan Skala Likert, karena mempermudah peneliti untuk memberikan pertanyaan kepada responden dan data yang diperoleh dapat memudahkan peneliti untuk menjumlahnya dan dianalisis. Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan rentang interval 1 – 10, dimana 1 untuk jumlah Sangat Tidak Setuju dan 10 untuk jumlah Sangat Setuju (Ferdinand 2014).

3.4 Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Penelitian

Menurut riset Arikunto dalam (Cahyadi, 2022) Variabel penelitian merupakan objek dari penelitian yang mempunyai hubungan tertentu kemudian menjadi titik kesimpulan di dalam penelitian ini.

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel bebas yang mampu mempengaruhi variabel lainnya. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu (X1) *Variation Product*, (X2) *Green Marketing*, (X3) *discount*.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu, Kepuasan Konsumen (Y).

b. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel pemahaman pada maksud masing masing variabel penelitian yang digunakan. Dibawah ini penyajian data table tersebut :

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Variabel	Definisi	Indikator
----------	----------	----------	-----------

Independen	<i>Variation Product</i>	Banyaknya ragam produk yang ditawarkan pada konsumen untuk dibeli	1) Ukuran 2) Harga 3) Rasa 4) ketersediaan produk
Independen	<i>Green Marketing</i>	pemasaran hijau sebagai bahan promosi untuk menyadarkan para konsumen agar menjaga kesetabilan ekosistem lingkungan hidup.	1) <i>green price</i> 2) <i>green place</i> 3) <i>green product</i> 4) <i>green promotion</i>
Independen	<i>Discount</i>	Potongan harga pada setiap produk tertentu	1) besarnya potongan harga 2) masa diskon 3) jenis produk yang mendapatkan diskon
Dependen	Kepuasan Konsumen	Perasaan senang atau kecewa terhadap produk yang diharapkan.	1) <i>Attributes related to product</i>

			2) <i>Attributes related to service</i> 3) <i>Attributes related to purchase</i>
--	--	--	--

3.5. Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen

Teknik yang digunakan pada penelitian ini menggunakan software IBM SPSS Statistic For Windows 25.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono dalam (Cahyadi, 2022) uji validitas adalah hasil yang valid jika data yang dikumpulkan sesuai dengan yang terjadi pada objek penelitian. Valid artinya data bisa digunakan untuk mengukur. Jika sebaliknya data tersebut bisa tidak valid. Hal ini dapat dikatakan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 0,05) maka dinyatakan valid. Bila sebaliknya $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 0,05), maka dinyatakan tidak valid. Untuk menguji apakah instrumen yang digunakan valid atau tidak dengan, maka digunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut::

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

Gambar 1. Rumus

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien Korelasi antara variable X dan Y

$\sum xy$: Jumlah perkalian antara variable X dan Y

$\sum x^2$: Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y$: Jumlah dari kuadrat nilai

$Y(\sum x)^2$: Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$: Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali dalam penelitian (Ardista, 2021) Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika respons individu pada pernyataan bisa stabil dari satu pernyataan ke pernyataan lain. pengukuran reliabilitas dilakukan satu kali lalu hasil tersebut dibandingkan dengan pernyataan yang lain. Pada penelitian ini jika Tingkat reliabel pada variabel penelitian dilihat dari hasil uji statistic Cronbach Alpha $> 0,06$ dikatakan valid. Jika sebaliknya kuisoner tidak valid apabila nilai Cronbach Alpha $< 0,06$.

2. Metode Analisis Statistik

a. Uji asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan langkah awal yang dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linear. Uji asumsi klasik dapat dilakukan melewati 3 uji yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan dapat dijelaskan sebagai berikut (Purba et al., 2021) :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah model regresi yang dianalisis mendapatkan data yang di distribusikan itu normal. Apabila data tersebut dikatakan normal jika titik-titik tersebut menyebar di samping garis diagonal (Purba et al., 2021).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk memeriksa apakah ada gejala kolerasi pada variabel bebas. Jika VIF (Variance Inflation Factor) dibawah 10 dan toleransi diatas 0,1 maka tidak ada gejala multikolinearitas (Purba et al., 2021).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah terjadi perbedaan antara *variance* dari residual dari satu pemeriksaan ke pemeriksaan lain dilakukan pada uji heterokedastisitas. Dilihat dari uji scatter plot, apabila titik-titik menyebar membentuk suatu pola tertentu

maka tidak terjadi heterokedatisitas. Apabila hasil uji glesjer mendapatkan nilai $\text{sig} > 0,05$, maka tidak terjadi gejala heterokedatisitas dalam model regresi (Purba et al., 2021).

b. Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah metode yang jumlah variabel x lebih dari 1 dalam mempengaruhi variabel y (Cahyadi, 2022). Maksudnya dari penelitian ini analisis ini digunakan untuk menentukan hubungan antara variabel x dan y untuk menentukan hubungan antara variabel x dengan variabel y Rumus regresi linear berganda dibawah ini :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel Kepuasan Konsumen

a : konstanta

β_1 : Koefisien Regresi Variation Product

β_2 : Koefisien Regresi Green Marketing

β_3 : Koefisien Discount

X_1 : *Variation Product*

X_2 : *Green Marketing*

X_3 : *Discount*

e : Standart Error

c. Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono dalam (Indrawan & Kaniawati Dewi, 2020) Uji koefisien determinasi digunakan agar tahu seberapa besar kemampuan dari variabel x dengan variabel y. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai dengan 1. Maksudnya, apabila nilai R^2 mendekati angka 0 maka semakin kecil bantuan dari semua variabel x terhadap variabel y. Jika sebaliknya R^2 mendekati angka 1 maka semakin besar bantuan pada variabel x terhadap variabel y.

3. Uji Hipotesis

a. Uji T

Menurut Sugiyono dalam (Indrawan & Kaniawati Dewi, 2020) Uji T dipakai untuk mengetahui apakah variabel X dapat berpengaruh secara persial terhadap variabel Y. Pada penelitian ini menggunakan pengujian pada Tingkat kepercayaan sebesar 5% atau ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai sig > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi tidak ada pengaruh terhadap variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila nilai sig < 0,05 H_0 ditolak dan H_a diterima, maka ada pengaruh pada variabel X terhadap variabel Y.

b. Uji F

Berdasarkan penelitian ini menurut Mulyono dalam (Cahyadi 2022) Uji F digunakan untuk memprediksi apakah variabel X dapat berpengaruh secara

persial apa tidak terhadap variabel Y. besarnya nilai pada penelitian ini adalah 0,05. Pengambilan keputusan dapat dilihat dari pengujian nilai F yang terdapat pada table ANOVA. Jika nilai sig F < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai sig F > 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

