

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian

1. Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sanusi (2014: 50), “variabel penelitian” adalah “suatu nilai yang digunakan dalam fenomena dan diabstraksikan menjadi sebuah konsep untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Berdasarkan pendapat tersebut, maka variabel yang akan dipelajari dalam penelitian ini ada 4 variabel yang terdiri dari satu variabel terikat dan tiga variabel bebas.

a. Variabel Tidak Bebas

Menurut Sanusi (2014: 50) variabel tidak bebas atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Hakekat sebuah masalah, mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Pada penelitian ini variabel terikat yang disimbolkan (Y) adalah kepuasan konsumen.

b. Variabel bebas

Menurut Sanusi (2014: 50) variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain atau variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas disimbolkan (X) adalah inovasi (X1), harga (X2).

2. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019:31) definisi operasional dari variabel adalah penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan sesuatu *construct* atau variabel. Dengan adanya definisi operasional variabel maka tidak akan ada lagi penafsiran ganda terhadap variabel yang akan diteliti selain pengertian definisi operasional tersebut.

Adapun definisi operasional masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terpenuhinya harapan konsumen 2. Sikap atau keinginan menggunakan produk 3. Merekomendasikan kepada pihak lain 4. Kualitas layanan 5. Loyal konsumen 6. Reputasi yang baik
Inovasi (X ₁)	Inovasi merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional yang dapat membawanya selangkah lebih maju dibandingkan pesaing, apabila memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fitur produk 2. Desain produk 3. Kualitas produk
Harga (X ₂)	Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daftar harga 2. Diskon

	oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya dan dengan kata lain, harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual.	3. Potongan harga
--	---	-------------------

Sumber diolah 2023

B. Pendekatan dan Teknik Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga analisis data dilakukan secara statistik. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2019:14) yang menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan 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 atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

2. Teknik Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan maka teknik yang digunakan adalah survei. Menurut Sugiyono (2019:23) penelitian dengan metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner tes, wawancara, dan sebagainya.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *WakeUp Coffee* Kediri yang beralamatkan Jl. Brawijaya, Kediri.

2. Waktu Penelitian

Peneliti telah melakukan penelitian yang dilakukan selama 3 bulan dari bulan April sampai bulan Juni tahun 2023.

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018 : 80), "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.". Adapun sasaran populasi penelitian adalah konsumen *WakeUp Coffee* Kediri.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) agar diperoleh distribusi nilai pengukuran mendekati normal maka jumlah sampel untuk responden untuk uji validitas dan realibilitas paling sedikit adalah 30 orang. Maka penelitian ini menggunakan 40 orang sebagai responden.

Menurut Sugiyono (2018:85), *purposive sampling* adalah sebagai berikut: "*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu".

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk mendapatkan sampel yang representatif. Adapun kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen *WakeUp Coffee* Kediri

E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:51), instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian dengan cara melakukan pengukuran. Instrumen tersebut harus dikembangkan agar peneliti mendapatkan data yang memadai. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

Kuesioner sendiri dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Adapun kisi-kisi kuesioner sebagaimana tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian

Variabel	Indikator	Jumlah Pertanyaan
	Merekomendasikan kepada pihak lain	2
	Kualitas layanan	2
Inovasi (X ₁)	Fitur produk	2
	Dsaign produk	2
	Kualitas produk	2
	Mencoba memproduksi produk lain	2
	Mencoba memproduksi varian produk lain dengan bahan dasar yang sama	2
Harga (X ₂)	Daftar harga	2
	Diskon	2
	Potongan harga	2
TOTAL		32

Sumber: Data diolah, 2023.

a. Teknik Pemberian Skor

Pemberian skor pada kuesioner digunakan skala linkert. Menurut Sugiyono (2019:134) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk penjelasan skor dari skala likert dapat dilihat dalam tabel 3.4 sebagai berikut :

Tabel 3.4
Penelitian Skala Linkert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2016:134).

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:52), Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Widoyoko (2019:156-157) mengemukakan bahwa perhitungan korelasi dapat menggunakan SPSS for *windows* dengan ketentuan instrumen valid jika nilai $\text{sig} \leq 0,05$. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 23. Menurut Ghazali (2018:45), Jika r hitung lebih besar dari r tabel atau nilai r positif dan lebih kecil dari 0,05 maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Hasil uji validitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomor item	Nilai Sig	Taraf Sig	Keterangan
Kepuasan konsumen (Y)	1	0,000	0,005	Valid
	2	0,000	0,005	Valid
	3	0,000	0,005	Valid
	4	0,000	0,005	Valid
	5	0,000	0,005	Valid
	6	0,000	0,005	Valid
	7	0,000	0,005	Valid
	8	0,000	0,005	Valid
	9	0,000	0,005	Valid
	10	0,000	0,005	Valid
	11	0,000	0,005	Valid
	12	0,000	0,005	Valid
Inovasi (X ₁)	1	0,000	0,005	Valid
	2	0,000	0,005	Valid
	3	0,000	0,005	Valid
	4	0,000	0,005	Valid
	5	0,000	0,005	Valid
	6	0,000	0,005	Valid
Harga (X ₂)	1	0,000	0,005	Valid
	2	0,000	0,005	Valid
	3	0,000	0,005	Valid
	4	0,000	0,005	Valid
	5	0,000	0,005	Valid
	6	0,000	0,005	Valid

b. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2017:156) Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan dan sejauh mana hasil pengukuran konsisten bila dilakukan 2 kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Hasilnya ditunjukkan oleh sebuah indeks yang menunjukkan seberapa jauh alat ukur dapat diandalkan. Untuk mengukur reliabilitas alat ukur digunakan teknik Cronbach Alpha. Menurut Ghazali (2018:42) Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.. Hasilnya ditunjukkan oleh sebuah indeks yang menunjukkan seberapa jauh alat ukur dapat diandalkan.

Sehingga untuk dapat mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel kuesioner menggunakan rumus Cronbach's Alpha dengan menggunakan alat bantu program SPSS versi 23. Kriteria penelitian uji reliabilitas adalah:

- 1) Apabila hasil koefisien Alpha $>$ tarif signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
- 2) Apabila hasil koefisien Alpha $<$ tarif signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

Hasil pengujian reliabilitas pada penelitian ini yang menggunakan alat bantu SPSS versi 23 telah disajikan pada tabel 3.6 sebagai berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai r alpha kritis	Nilai r alpha hitung	Keterangan
1	Inovasi	0,6	0,899	Reliabel
2	Harga	0,6	0,941	Reliabel
4	Kinerja Karyawan	0,6	0,929	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2023.

F. Sumber dan Teknik Penelitian

a. Sumber Data

1. Data primer

Merupakan data didapatkan secara langsung dari responden. Data primer yang digunakan adalah hasil dari koesioner. Koesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membagikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono 2019). Data primer di peroleh dari penyebaran koesioner kepada 40 pelanggan *WakeUp Coffee* Kediri.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang tidak langsung diberikan pada peneliti. Data sekunder penelitian ini yaitu study Pustaka melalui buku, literatur , jurnal penelitian, serta penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

G. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner, selanjutnya diolah dan dianalisis dengan cara sebagai berikut :

1. Analisis Kuantitatif

a. Uji Asumsi Klasik

Berikut ini adalah uji asumsi klasik yang harus dipenuhi oleh model regresi:

1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2017:110) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data atau mendekati normal.

Menurut Priyatno (2018:59) kriteria pengambilan keputusan dalam normalitas sebagai berikut:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinier

Menurut Ghozali (2019:91) uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pada model regresi yang baik seharusnya antar variabel independen tidak ada korelasi.

Menurut Priyatno (2018:60), untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dengan melihat nilai Tolerance dan VIF. Semakin

kecil nilai Tolerance dan semakin besar VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas yang dalam kebanyakan penelitian menyebutkan bahwa jika Tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2019:105) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang terjadi homokedastisitas. Menurut Priyatno (2018:60) untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada scatterplots regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Dari keseluruhan uji asumsi klasik, peneliti menggunakan alat bantu SPSS versi 23.

2. Persamaan Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno (2019:40) yang menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda digunakan untuk menaksir atau meramalkan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan.

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan model regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan konsumen

a = Nilai konstanta

X1 = inovasi

X2 = harga

b1, = Koefisien untuk variabel inovasi

b2, = Koefisien untuk variabel harga

3. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Priyatno (2018:56), koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Jika (R²) semakin besar, maka persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R² semakin kecil, maka persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi akan diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 23.

4. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2018:50), uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Untuk melakukan Uji t pada penelitian ini menggunakan alat bantu berupa aplikasi software SPSS versi 23, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Signifikansi $t \leq 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- b) Signifikansi $t \leq 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

2) Uji Simultan (Uji F)

Menurut Prayitno (2018:48) uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Uji F dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan aplikasi software SPSS versi 23 dan untuk menarik kesimpulan ada tidaknya pengaruh signifikan variabel bebas (X) secara serempak terhadap variabel terikat (Y) dilakukan dengan cara membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Signifikansi $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (inovasi, harga) (X) terhadap variabel terikat (kepuasan kerja) (Y).
- b) Signifikansi $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (inovasi, harga) (X) terhadap variabel terikat (kepuasan kerja) (Y).