

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka. Jadi, penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistika atau cara-cara lain dari kuantifikasi atau pengukuran (Sujarwen, 2015). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survey. Dalam penelitian survey, informasi dikumpulkan melalui responden menggunakan kuesioner (Sugiyono, 2019).

#### **B. Data dan Sumber Data**

Data yang dijadikan sebagai bahan analisis dalam penelitian ini ialah data *Primer*. Data *Primer* adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan data *Primer* karena datanya diperoleh dari sumber pertama atau didapat langsung dari responden melalui pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti.

### C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan (Sugiyono, 2019: 115). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa semua jurusan dan Angkatan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yaitu sebanyak 1592 orang mahasiswa.

Sampel merupakan sebagian dari populasi atau dalam istilah matematika dapat disebut sebagai himpunan bagian atau subset dari populasi (Sugiyono, 2019: 116). Arikunto (2014: 221) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 80. Sesuai dengan pendapat Roscoe (Sugiyono, 2019: 123) bahwa aturan umum ukuran sampel antara 30 sampai dengan 500, dan bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Jumlah variabel penelitian yaitu 4 variabel, maka jumlah anggota sampel  $20 \times 4 = 80$ .

Teknik penarikan sampel penelitian ini adalah *Accidental sampling*. Definisi metode *Accidental sampling* adalah memilih secara kebetulan (Sukardi, 2016: 63) seperti mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang pernah membeli produk KFC di Kota Banjarmasin.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner yang disebarakan kepada responden berisi sejumlah daftar pertanyaan secara tertulis untuk memperoleh informasi dari responden dengan menggunakan skala Likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, di mana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menjadikan item-item pertanyaan (Sarjono & Julianita, 2017: 6-7). Skala likert mempunyai tingkatan dari sangat positif menjadi sangat negatif, biasanya menggunakan kata-kata berupa sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Skala likert dengan empat alternatif jawaban dirasakan sebagai hal yang paling tepat. Jika menggunakan skala likert dengan lima alternatif jawaban atau lebih, maka akan membuat hasil menjadi rancu, karena dalam kenyataannya dilapangan, sebagian besar responden akan memilih jawaban netral, dan sangatlah sulit memberikan kriteria penilaian pada jawaban netral. Dalam penelitian ini para responden diminta memberikan jawaban dengan tanda silang (X) atau tanda centang (✓) pada jawaban yang dipilih, di mana:

- a. Jawaban sangat setuju diberi skor 5
- b. Jawaban setuju diberi skor 4
- c. Jawaban cukup setuju diberi skor 3
- d. Jawaban tidak setuju diberi skor 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

### E. Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data terkait dengan variabel penelitian. Variabel adalah suatu atribut dari orang atau obyek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian yang akan dianalisis dibagi menjadi dua variabel yang terdiri dari variabel *independent* dan variabel *dependent*. Variabel independen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat, sedangkan variabel dependen adalah variabel terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Trust in Brand* (X1), Kualitas pelayanan (X2) dan Promosi (X3) sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y). Untuk lebih jelasnya mengenai instrumen dalam penelitian dapat dilihat pada kisi-kisi berikut ini:

**Tabel 3. 1**  
**Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
<i>Trust in Brand</i> (X1)  (Tjiptono, 2017)	<i>Brand Reputation</i>	- Merek dengan reputasi bagus - Merek sangat terkenal	Diukur melalui angket dengan menggunakan Skala Likert
	<i>Brand Predictability</i>	- Merek mampu menjaga kualitas produk - Merek mampu menjamin kehalalan produk	
	<i>Brand Competence</i>	- Merek mampu memenuhi keinginan konsumen - Merek mampu menyediakan produk yang sesuai harapan konsumen	

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
	<i>Trust in The Company</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepercayaan terhadap perusahaan</li> <li>- Keyakinan konsumen terhadap produk perusahaan</li> </ul>	
	<i>Brand Liking</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Merek merupakan favorit</li> <li>- Merek disukai oleh semua kalangan</li> </ul>	
Kualitas Pelayanan (X2)  (Hafidudin & Tanjung, 2018)	Profesional ( <i>Fathanah</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- KFC mampu menyediakan pesanan konsumen dengan tepat</li> <li>- Karyawan KFC memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sungguh-sungguh</li> </ul>	Diukur melalui angket dengan menggunakan Skala Likert
	Kesopanan dan keramahan ( <i>Tablig</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karyawan KFC melayani konsumen dengan tutur kata yang sopan</li> <li>- Karyawan KFC melayani konsumen dengan ramah</li> </ul>	
	Jujur ( <i>Sidik</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Harga makanan sesuai dengan yang tercantum di daftar menu</li> <li>- Karyawan KFC akan memberikan informasi apabila terjadi perubahan harga makanan</li> </ul>	
	Amanah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karyawan KFC bisa dipercaya</li> <li>- Karyawan KFC memberikan pelayanan yang maksimal</li> </ul>	
	Istiqamah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karyawan KFC sangat sabar</li> <li>- Karyawan KFC sangat ulet</li> </ul>	
Promosi (X3)  (Widaningsih & Rizal, 2017)	Periklanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iklan KFC mampu menarik perhatian konsumen</li> <li>- Informasi yang disampaikan melalui iklan di televisi mengenai produk KFC mudah di mengerti</li> <li>- KFC selalu meng <i>update</i> informasi mengenai produknya melalui iklan</li> </ul>	Diukur melalui angket dengan menggunakan Skala Likert
	Promosi Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- KFC memiliki produk yang dijual dalam bentuk paket dengan harga yang lebih murah</li> <li>- KFC memiliki produk paket ulang tahun dengan harga yang lebih murah</li> <li>- Pada waktu tertentu KFC mengadakan <i>sale</i> produk tertentu</li> </ul>	
	Media interaktif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- KFC melayani pembelian secara online melalui <i>Grab Food</i></li> <li>- KFC melayani pembelian secara online melalui <i>Go Food</i></li> <li>- KGC melayani pembelian dengan <i>delivery service</i></li> </ul>	

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kepuasan Konsumen (Y)  (Kotler, 2019)	<i>Complaint and Suggestion System</i> (sistem keluhan dan saran)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konsumen mendapatkan kesempatan untuk menyampaikan saran</li> <li>- Konsumen mendapatkan kesempatan untuk menyampaikan pendapat</li> <li>- Konsumen mendapatkan kesempatan untuk menyampaikan keluhan</li> <li>- Tersedia media berupa kotak saran</li> </ul>	Diukur melalui angket dengan menggunakan Skala Likert
	<i>Costumer Satisfaction Survey</i> (Survei kepuasan pelanggan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelaku usaha mengadakan survey konsumen</li> <li>- Karyawan KFC menanyakan langsung kepada konsumen terkait dengan pelayanan KFC</li> <li>- Pemilk KFC menanyakan langsung kepada konsumen terkait dengan kepuasan konsumennya</li> </ul>	
	<i>Lost costomer analysis</i> (Analisis pelanggan yang lari)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- KFC selalu mengadakan perbaikan untuk mempertahankan konsumen</li> <li>- KFC mengadakan promo untuk menarik lebih banyak konsumen</li> </ul>	

## F. Metode Analisis Data

Teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis diskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif yaitu suatu metode penelitian yang bersifat menggambarkan kenyataan atau fakta sesuai dengan data yang diperoleh dengan tujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa mengenai *Trust in Brand*, Kualitas Pelayanan, Promosi dan kepuasan konsumen.

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian, maka diperlukan pengujian, yaitu:

### 1) Uji Validitas Data

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2019: 172). Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket tertutup dengan jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Setiap jawaban diberi skor terlebih dahulu. Untuk mengukur tingkat validitas, tiap butiran angket digunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut (Arikunto, 2014: 213):

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  = Angka indeks korelasi “r” atau product moment
- N = Number of cases
- $\sum XY$  = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y
- $\sum X$  = Jumlah seluruh skor X
- $\sum Y$  = Jumlah seluruh skor Y

Suatu instrumen dikatakan valid, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dikatakan tidak valid sehingga tidak dapat dipergunakan dan dihilangkan dalam analisis. Alasan digunakan rumus tersebut adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan sebuah instrumen. Pengujian validitas item dengan korelasi pearson yaitu dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total item, kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi (Priyatno, 2017: 51). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig.0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid) harus di buang karena harga r hitung untuk butir-butir soal tersebut lebih kecil dibandingkan r tabel.

## 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas itu berkaitan dengan konsistensi skor, artinya kemampuan instrument atau tes untuk menghasilkan skor yang mendekati sama dari setiap individu dan kapan saja apabila dilakukan pengujian ulang. Reliabilitas berarti ketepatan atau dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS dengan teknik belah dua (*split half*) dengan rumus *Spearman Brown*, yaitu (Sugiyono, 2019: 185):

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

$r_i$  = Reliabilitas internal seluruh instrumen

$r_b$  = Korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan program SPSS menggunakan menu analisis *Scale*. Butir pertanyaan yang ada pada instrumen angket diuji reliabilitasnya agar mendapatkan skala pengukuran instrumen yang baik. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Hasil uji



reliabilitas dapat dilihat pada *output statistic*, apabila nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut reliabel (Priyatno, 2017: 98).

### **3) Uji Asumsi Klasik**

Penelitian ini juga menggunakan uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Santoso, 2016: 358). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji Autokorelasi.

#### **a. Uji Normalitas Data**

Uji normalitas berguna pada tahap awal dalam metode pemilihan analisis data. Adapun ketentuan dalam uji normalitas data adalah:

- Jika data normal, maka digunakan statistik parametrik,
- Jika data tidak normal, gunakan statistik nonparametrik.

Tujuan uji normalitas data ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian ini diperlukan karena untuk melakukan uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Erlina, 2017: 103). Cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual mengikuti berdistribusi normal atau tidak adalah dengan analisis grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, demikian sebelumnya. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji

normalitas residual adalah uji statistik *Kolmogrov-Smirnov (K-S)* (Ghozali, 2017: 115). Uji K-S dibuat dengan membuat hipotesis :

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

Bila  $\text{sig} > 0,05$  dengan  $\alpha = 5\%$ , berarti distribusi data normal ( Ho diterima), sebaliknya bila  $\text{sig} < 0,05$  dengan  $\alpha = 5\%$ , berarti distribusi data tidak normal (Ha diterima). Distribusi yang melanggar asumsi normalitas dapat dijadikan menjadi bentuk normal dengan berbagai cara sebagai berikut :

(1) Transformasi data

Transformasi data dapat dilakukan dengan logaritma natural (ln), log 10, maupun akar kuadrat. Jika ada data yang bernilai negatif, transformasi data dengan log akan menghilangkannya sehingga sampel ( n ) akan berkurang.

(2) Trimming

Trimming adalah membuang (memangkas) observasi yang bersifat outlier, yaitu yang nilainya lebih kecil dari  $\mu - 2\sigma$  atau lebih besar dari  $\mu + 2\sigma$ . Metode ini juga akan mengecilkan sampelnya.

(3) Winzoring

Winzoring mengubah nilai - nilai outliers menjadi nilai - nilai minimum atau maksimum yang diizinkan supaya distribusi menjadi normal. Nilai – nilai observasi yang lebih kecil dari  $\mu - 2\sigma$  akan diubah nilainya menjadi  $\mu - 2\sigma$  dan nilai – nilai yang lebih besar dari  $\mu + 2\sigma$  akan diubah menjadi  $\mu + 2\sigma$ .

### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variabel residual tersebut tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas (Ghozali, 2017: 105). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID).

Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar yang digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas antara lain :

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

### **c. Uji Multikolinieritas**

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi di antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen(Ghozali, 2017: 91). Pengujian ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks

korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Toleransinya.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- a) Menganalisis matrik korelasi variabel – variabel independen, jika di antara variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.
- b) Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF), nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance*  $< 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF > 10$

#### **4) Uji Hipotesis**

##### **a. Analisis Regresi Linier Berganda**

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2019: 275) analisis regresi ganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Model analisis ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel tidak bebas. Persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	=	Kepuasan Konsumen
X1	=	<i>Trust in Brand</i>
X2	=	Kualitas Pelayanan
X3	=	Promosi
e	=	Penambahan variabel bebas

### **b. Uji t**

Uji signifikansi parameter individual (uji statistik t) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2017: 95). Pengujian secara parsial ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi t dari hasil pengujian dengan nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini. Cara pengujian parsial terhadap variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih kecil dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5 persen maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih besar dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5 persen maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

### **c. Uji F**

Uji F digunakan menguji signifikansi pengaruh variabel X secara terhadap Y secara bersama-sama dengan formulasi sebagai berikut :

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

Keterangan :

R : Koefisien korelasi ganda

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah anggota sampel

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah :

(1) Jika F hitung < F-tabel, maka Ho ditolak.

(2) Jika F hitung > F-tabel, maka Ho diterima.

Berdasarkan dasar signifikan, kriterianya adalah :

Jika nilai signifikansi > 0,05 maka signifikan.

Jika nilai signifikansi < 0,05 maka tidak signifikan.

