

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan sambel pecel Taman Sari kota Madiun. Penentuan lokasi penelitian secara *purposive* dengan pertimbangan Taman Sari merupakan produsen baru sambel pecel yang menjadi komoditi unggulan dari kota Madiun. Penelitian ini dilakukan selama dua minggu dan berlangsung di gerai Taman Sari Kota Madiun.

4.2 Metode Penentuan Responden

Dalam teknik penentuan sampel ini menggunakan metode *purposive sampling* dilakukan dengan alasan mengambil orang-orang terpilih atau faktor kunci yang sesuai dengan kebutuhan penelitian menurut ciri-ciri spesifik oleh sampel itu. Sampel dipilih dengan cermat hingga relevan dengan desain penelitian dimana pengambilan sampel dapat diwakili dari segala lapisan populasi (Nasution, 1996).

Teknik pengambilan sample merupakan proses seleksi yang akan digunakan dalam penelitian dari populasi yang ada. Menurut Arikunto (2006) sampel adalah bagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Gay dan Diehl dalam Sanusi (2003) juga menyatakan bahwa untuk penelitian yang bersifat menguji hubungan antara satu variabel atau lebih (penelitian korelasional) minimal sampel yang diambil adalah sebanyak 30 sampel, karena apabila populasi besar maka peneliti tidak mungkin untuk mengambil sampel secara keseluruhan.

Sampel untuk pelanggan menggunakan *purposive sampling*, dimana responden adalah *customers* yang datang langsung ke outlet untuk membeli produk sambel pecel Taman Sari di masa perusahaan aktif memproduksi dan melakukan pemasaran dalam 2 minggu.

4.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang diperlukan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden, dimana responden pada penelitian ini adalah konsumen dari sambel pecel Taman Sari dan staf Taman Sari. Key informan dalam penelitian kali ini adalah pemilik dai sambel pecel Khas Madiun Taman Sari. Pengambilan data primer dilakukan dengan cara wawancara dan menyebar kuisioner.

Pengambilan data primer melalui wawancara dan kuisioner untuk menghimpun informasi sebagai berikut :

1. Data tentang persepsi konsumen terhadap setiap variabel dimensi kualitas produk sambel pecel yang diproduksi oleh Taman Sari.
2. Data mengenai pengaruh dimensi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sambel pecel Taman Sari.

Data sekunder merupakan data yang berupa tabel, dokumentasi atau dapat dikatakan data yang sudah diolah dan dapat diperoleh dari instansi yang terkait, literature maupun sumber lain yang relevan.

4.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif dan kuantitatif. Data primer yang dikumpulkan mengenai kualitas produk yang terdiri dari kondisi sambel pecel (*Performance*), keistimewaan tambahan (*Feature*), daya tahan (*Durability*), kemampuan pelayanan (*Service Ability*), estetika (*Aesthetics*), dan kesan kualitas (*Perceived quality*) sebagai variabel bebasnya, sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuisioner dengan menggunakan skala likert dalam menentukan bobot skor untuk setiap penilaian atas kualitas yang dirasakan oleh konsumen.

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Tujuan metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul.

4.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah alat analisis untuk menjelaskan data – data yang bersifat kualitatif yakni untuk menggambarkan suatu keadaan atau fenomena yang dilukiskan dengan kata – kata sesuai dengan informasi di Taman Sari. Analisis deskriptif di dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik responden, gambaran umum agroindustri dan proses pengendalian kualitas produk sambel pecel yang diproduksi oleh Taman Sari.

4.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Untuk menguji validitas instrument, pada penelitian ini menggunakan uji validitas, yaitu mengukur korelasi antara variabel kondisi sambel pecel (*Performance*), keistimewaan tambahan (*Feature*), daya tahan (*Durability*), kemampuan pelayanan (*Service Ability*), estetika (*Aesthetics*), dan kesan kualitas (*Perceived quality*) dengan kepuasan konsumen. Validitas menunjukkan sejauh mana skor/ nilai/ ukuran yang diperoleh benar-benar menyatakan hasil pengukuran/ pengamatan yang ingin diukur (*Agung, 1990*). Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan kepuasan pelanggan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*, sebagai berikut :

$$r = \frac{N \left(\sum_{i=1}^N X_i Y_i \right) - \left(\sum_{i=1}^N X_i \right) \left(\sum_{i=1}^N Y_i \right)}{\sqrt{\left[N \sum_{i=1}^N X_i^2 - \left(\sum_{i=1}^N X_i \right)^2 \right] \left[N \sum_{i=1}^N Y_i^2 - \left(\sum_{i=1}^N Y_i \right)^2 \right]}}$$

Keterangan :

r = Korelasi *product moment*

N = Banyaknya sampel penelitian, yaitu 30 orang

X = Nilai variabel kualitas produk

Y = Kepuasan konsumen

2. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, masing – masing pertanyaan yang valid tersebut dilakukan uji reliabilitas. Instrument yang reliable adalah instrument yang bila digunakan berulang kali dengan objek yang sama maka hasil yang didapatkan akan sama pula (Sugiyono,2011). Untuk menguji reliabilitas dapat menggunakan Cronbanch alpha sebagai berikut :

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

α = Reliabilitas alat ukur

k = Jumlah item 1 pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varians masing – masing item

σ_1^2 = Varians total

4.4.3 Analisis Kuantitatif Regresi Logistik

Analisis data kuantitatif adalah pengolahan data dengan kaidah-kaidah matematik terhadap data angka atau numeric. Analisis data dimaksudkan untuk memahami apa yang terdapat di balik semua data tersebut, mengelompokannya, meringkasnya menjadi suatu yang kompak dan mudah dimengerti, serta menemukan pola umum yang timbul dari data tersebut (Barry Render, 1997). Persamaan logit sebagai berikut :

$$Y = \frac{1}{1 + C^{-Z}}$$

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

X1 = Kondisi sambel pecel

X2 = Keistimewaan tambahan

X3 = Daya tahan

X4 = Pelayanan terhadap konsumen

X5 = Nilai estetika

- X6 = Kesan kualitas
 α = intersep atau konstanta regresi penaksiran dari b
 $\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien regresi penaksiran B1 – B3

1. Uji Signifikansi model

Pada uji signifikansi model ini yaitu menguji signifikansi dari masing – masing variabel dalam model yang dilakukan dengan menggunakan uji G. Statistik uji G adalah uji rasio kemungkinan (likelihood ratio test) yang digunakan untuk menguji peranan variabel penjelas di dalam model secara bersama-sama. Rumus umum uji G untuk menguji hipotesis :

H0 = tidak ada pengaruh positif antara kualitas produk sambel pecel Taman Sari terhadap kepuasan konsumen.

H1 = ada pengaruh positif antara kualitas produk sambel pecel Taman Sari terhadap kepuasan konsumen.

$$G = 2Ln \left[\frac{\text{likelihood TANPA PEUBAH BEBAS}}{\text{likelihood TANPA PEUBAH BEBAS}} \right]$$

Uji G ini secara teoritis mengikuti sebaran χ^2 dengan derajat bebas k. Kriteria keputusan yang diambil yaitu menolak H0 bila $G_{hitung} > \chi^2$. Jika $Chisquare_{hitung} > Chisquare_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ % (5%), maka variabel cita kondisi sambel pecel (*Performance*), keistimewaan tambahan (*Feature*), daya tahan (*Durability*), kemampuan pelayanan (*Service Ability*), estetika (*Aesthetics*), dan kesan kualitas (*Perceived quality*) berpengaruh pada signifikansi terhadap kepuasan konsumen / pelanggan atau tolak H0 dan terima H1. Sedangkan jika $Chisquare_{hitung} < Chisquare_{tabel}$ atau nilai signifikansinya $> 0,05$ (5%), maka variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen/ pelanggan atau terima H0 dan tolak H1.

2. Uji Wald

Sementara itu, uji Wald digunakan untuk menguji parameter β_i secara parsial. Hipotesis yang diuji adalah :

H0 = tidak ada pengaruh positif antara kualitas produk sambel pecel Taman Sari terhadap kepuasan konsumen.

H1 = ada pengaruh positif antara kualitas produk sambel pecel Taman Sari terhadap kepuasan konsumen.

Formulasi untuk uji Wald adalah :

$$W = \frac{\beta_i}{SE(\beta_i)}$$

Secara otomatis uji W ini mengikutu sebaran normal baku jika H0 benar. Jika koefisien $>$ *Chisquare* tabel atau nilai signifikansi $<$ dari 0,05 (5%), maka variabel kondisi sambel pecel (*Performance*), keistimewaan tambahan (*Feature*), daya tahan (*Durability*), kemampuan pelayanan (*Service Ability*), estetika (*Aesthetics*), dan kesan kualitas (*Perceived quality*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau tolak H0 dan terima H1. Sebaliknya jika koefisien $<$ *Chisquare* tabel atau nilai signifikansinya $>$ 0,05 (5%), maka variabel kondisi sambel pecel (*Performance*), keistimewaan tambahan (*Feature*), daya tahan (*Durability*), kemampuan pelayanan (*Service Ability*), estetika (*Aesthetics*), dan kesan kualitas (*Perceived quality*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen/ pelanggan atau terima H0 dan tolak H1.