



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN



Hak cipta dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

A. Obyek Penelitian

Penelitian ini berjudul pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *brand relationship* J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading. Dengan menggunakan metode / rancangan penelitian Deskriptif Kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:13), penelitian Deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Peneliti memilih Deskriptif karena merupakan dasar bagi semua penelitian. Dan Menurut Sugiyono (2016:13), Penelitian Kuantitatif adalah, Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit / empiris, objektif, terukur, rasional, sistematis dan dapat diulang. Peneliti menggunakan Kuantitatif agar penelitian ini dapat dihitung dan analisis secara statistik. Subyek penelitian adalah konsumen yang pernah mengonsumsi J.CO Donuts and Coffee. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuisioner.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan survey, yang menggunakan metode analisis data secara statistika deskriptif. Kerlinger menurut Sugiyono (2016:14), Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi, dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Penutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Penutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu atau lebih. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang dihubungkan, yaitu variabel independen Kepuasan Pelanggan dan variabel dependen *brand relationship*. Hubungan antara kedua variabel ini adalah hubungan kausal. Hubungan kausal merupakan hubungan sebab akibat, bila X maka Y. Pada teknik ini peneliti melakukan komunikasi dengan responden melalui kuisioner dimana peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan tentang obyek yang diteliti oleh peneliti. Adapun analisis yang dilakukan bertumpu pada pengetahuan dan teori-teori yang ada, kemampuan penalaran, serta interpretasi dari pengolahan data yang ada di lapangan, yang kesemuanya dimaksudkan untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai pengaruh Kepuasan Pelanggan J.CO Donuts and Coffee terhadap *Brand Relationship* J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading.

C Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel-variabel penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Variabel independen, yaitu variabel yang bebas dan tidak terpengaruh oleh variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan yang merupakan perwujudan dari perbandingan antara kinerja dan ekspektasi. Setiap Pelanggan memiliki kebutuhan dan juga keinginan yang berbeda-beda. Perusahaan diharuskan memenuhi dua aspek ini maka hal selanjutnya yang perlu dilakukan oleh perusahaan adalah melakukan inovasi agar produk yang ditawarkan perusahaan menjadi lebih baik lagi dan sesuai dengan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan dari pelanggan.
2. Variabel Dependen, yaitu variabel yang dipengaruhi atau tergantung oleh variabel lain. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Brand Relationship*. *Brand*



Relationship merupakan sesuatu yang dihasilkan dari adanya komunikasi antara pelanggan dengan perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung akan memceritakan hal-hal positif tentang perusahaan kepada kerabat mereka. Pelanggan yang puas juga memiliki kecenderungan akan mengkonsumsi produk dari perusahaan tersebut secara berulang-ulang.

Tabel 3.1

Dimensi dan Indikator dari *Brand Relationship*

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<p><i>Brand Relationship Duncan</i> (2008:175)</p>	1.Kepercayaan (<i>Trust</i>)	Kepercayaan terhadap perusahaan memberikan layanan yang disajikan secara akurat dan memuaskan	Interval
	2. Kepuasan (<i>Satisfied</i>)	Rasa puas yang dirasakan pelanggan terhadap layanan perusahaan.	Interval
	3. Konsisten (<i>Consistent</i>)	Sikap konsisten perusahaan dalam memberikan pelayanannya	Interval
	4. Mudah diakses (<i>accessible</i>)	Gerai perusahaan yang mudah dijangkau pelanggan	Interval
	5. Respon (<i>responsive</i>)	Respon perusahaan terhadap keluhan pelanggan.	Interval
	6. Komitmen (<i>committed</i>)	Komitmen perusahaan dalam mengutamakan kepuasan pelanggannya	Interval
	7. Afinitas (<i>Affinity</i>)	Keterikatan yang dimiliki pelanggan terhadap perusahaan.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



(2012:45), Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala yang digunakan terdiri dari angka yang dimulai dari angka 1 sampai dengan angka 5, di mana angka 1 menunjukkan nilai terendah, sedangkan angka 5 menunjukkan angka tertinggi. Jawaban setiap item instrument menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata – kata antara lain:

Tabel 3.2

Jawaban Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$$RS = \frac{m-n}{b}$$

RS = rentang skala penilaian

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

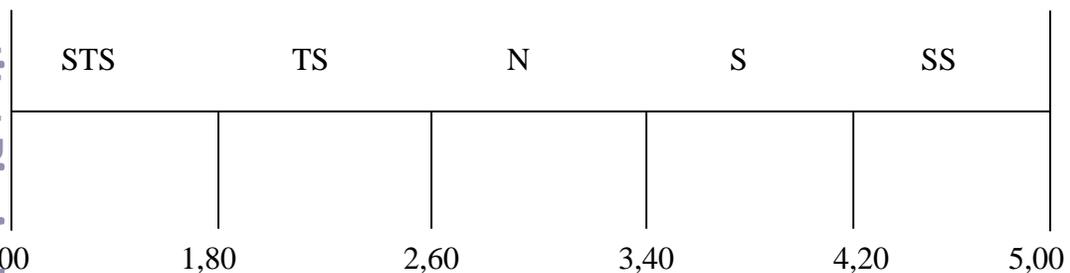
b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

Dengan peringkat jawaban tertinggi adalah 5 dan terkecil adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Tabel 3.1

Gambar rentang skala :



Keterangan:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

E Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel atau teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* atau yang disebut juga dengan penarikan sampel secara tidak acak. Menurut Sugiyono (2016:141), *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penggunaan *non probability sampling* pengetahuan serta kepercayaan daripada subyek penelitian berdasarkan pengalaman subyek tersebut secara langsung.

Pendekatan yang digunakan adalah *purposive sampling* atau *judgement sampling*. Menurut Sugiyono (2012:117) pengertian *purposive sampling* atau *judgement sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kriteria–kriteria atau pertimbangan tertentu. *Purposive sampling* atau *judgement sampling* digunakan dalam kasus di mana spesialisasi otoritas dapat memilih sampel lebih representatif yang dapat membawa hasil yang lebih akurat dibandingkan dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* lainnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Proses ini tidak melibatkan objek apapun, namun sengaja dipilih oleh masing-masing individu dari populasi berdasarkan otoritas atau kewenangan peneliti dan penilaian.

Adapun kelemahan pengambilan sampel dengan menggunakan metode sampling ini adalah berhubungan dengan otoritas dan proses pengambilan sampel. Keduanya saling berhubungan dengan kemampuan masing-masing individu dan adanya bias yang menyertai teknik sampling ini. Sayangnya, belum ada cara untuk mengevaluasi keandalan praktek para ahli atau otoritas. Cara terbaik untuk menghindari kesalahan sampling adalah memilih yang terbaik dan otoritas (kewenangan) yang paling berpengalaman. Dalam penelitian ini dilakukan pembagian kuesioner secara sistematis dengan perincian: kuesioner sebanyak 100 lembar yang dibagikan kepada para konsumen yang pernah mengkonsumsi produk dari J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading.

F Teknik Analisis Data

1. Rata-rata (mean)

Rata-rata (mean) didapat dengan menjumlahkan data seluruh individu dalam kelompok itu, kemudian dibagi dengan jumlah individu yang ada pada kelompok tersebut.

Rata-rata (mean) dibuat dengan ketentuan :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



$$\bar{x} = \frac{\sum fx}{n}$$

Keterangan :

\bar{x} = Rata-rata (mean)

$\sum f$ = Jumlah frekuensi

x = Score

n = ukuran sampel

Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini akan digunakan rumus *correlated item-total correlation*. Jika nilai r hitung \geq koefisien table r , maka pertanyaan dinyatakan valid.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memperoleh bukti sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat instrumen, yang dalam hal ini adalah kuesioner dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal apabila hasil pengukuran dengan kuisisioner tersebut adalah sama.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Perhitungan reliabilitas dapat ditulis sebagai berikut dengan menggunakan rumus

Cronbach's Alpha :

$$a = \frac{b}{b-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^b S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Dimana:

a = Reliabilitas instrumen

b = Jumlah butir dalam skala pengukuran

S_i^2 = Ragam (*variance*) dari butir ke-1

S_t^2 = Ragam (*variance*) dari skor total

4. Uji Asumsi Klasik

Regresi yang baik adalah BLUE (*Best Linear Unbiased Estimation*), yaitu prediksi linear yang tidak bias. Supaya BLUE maka harus memenuhi kriteria dalam uji asumsi klasik. Yang termasuk didalam uji asumsi klasik ini adalah uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

Uji Normalitas Residual

Uji normalitas residual dilakukan untuk melihat apakah yang dihasilkan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Jika data berdistribusi normal,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengujiannya hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengujiannya tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



maka analisa parametrik termasuk model regresi dapat digunakan. Uji normalitas ini

C menggunakan **Kolmogorov-Smirnov**.

Ho : residual data berdistribusi normal

Ha : residual data tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan :

Terima Ho jika probabilitas $\geq 0,05$

Tolak Ho jika probabilitas $\leq 0,05$

b **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Jika varians dari residual satu ke pengamatanyang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji **Glejser**.

Dasar pengambilan keputusan :

- 1) Jika nilai signifikan dari parameter koefisien persamaan regresi $\geq \alpha (0,05)$ → tidak terdapat heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikan dari parameter koefisien persamaan regresi $< \alpha (0,05)$ → terdapat heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier terdapat hubungan yang kuat, baik positif maupun negative, antar data yang ada pada variabel-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

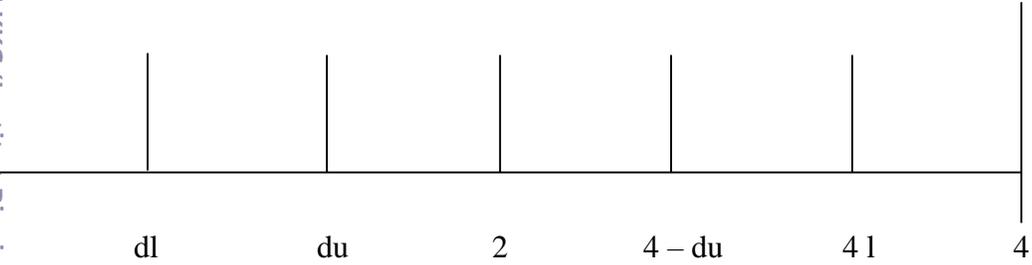
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



variabel penelitian. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada autokorelasi. Uji autokorelasi yang digunakan adalah uji **Durbin-Watson**. Untuk melihat apakah terjadi autokorelasi atau tidak yaitu dengan cara menghitung batas atas dan batas bawah, kemudian melihat angka yang ada pada Durbin-Watson seperti pada gambar berikut ini :

C Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Keterangan :

dl = Batas bawah

du = Batas atas

Hipotesis yang akan diuji adalah :

Ho = Tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

Ha : = Ada autokorelasi ($r \neq 0$)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4-dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$4-du \leq d \leq 4-dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak tolak	$du < d < 4-du$

5. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji keberartian model menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian layak digunakan. Dalam analisisnya, hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a : \text{Tidak semua } \beta_1 = 0$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- C Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**
- a. Jika nilai $\text{sig} \leq 0,05$ atau $F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel}$ maka tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y.
 - b. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka tidak tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y

Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk menguji signifikansi rata-rata pada satu variabel bebas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dalam penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai $\text{Sig} \leq \alpha$ atau $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ maka tolak H_0 , yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai $\text{Sig} > \alpha$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka tidak tolak H_0 , yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.