

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan berdasarkan fakta yang benar (valid) dan dapat dipercaya tentang hubungan antara brand experience dengan kepuasan konsumen produk KFC pada mahasiswa fakultas ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 3 (tiga) bulan terhitung bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2014. Penelitian ini dilakukan pada bulan tersebut karena merupakan waktu yang paling efektif dan tepat bagi peneliti untuk memperoleh data. Tempat penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi yang bertempat di Gedung N Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Peneliti memilih tempat penelitian ini karena dianggap sebagai tempat yang tepat dan dapat mempermudah peneliti dalam memperoleh data yang dibutuhkan.

C. Metode Penelitian

1. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey.

Metode survey merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data yang diambil dari populasi tersebut. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari konsumen berupa jawaban terhadap pertanyaan dalam kuisisioner. Data tersebut digunakan untuk mengetahui hubungan antara brand experience dengan kepuasan konsumen.

2. Konstelasi hubungan antar variabel

Konstelasi hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut:

Variabel Bebas (X)

Variabel Terikat (Y)

Brand Experience

Kepuasan Konsumen

X \longrightarrow Y

Keterangan :

\longrightarrow = Arah Hubungan

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

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 kesimpulannya¹⁸. Selain itu menurut Uma Sekaran, populasi adalah keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal yang ingin peneliti teliti¹⁹. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut²⁰.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Sedangkan populasi terjangkau adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Program Studi Pendidikan Tata Niaga angkatan 2010 dan 2011 yang berjumlah 65 orang. Dari jumlah populasi terjangkau tersebut dijadikan sampel adalah mahasiswa yang pernah beberapa kali membeli produk di Kentucky Fried Chicken (KFC).

2. Sampel

Penentuan sampel ditentukan secara acak dengan metode *simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena penentuan sampel dari anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dengan mengacu pada tabel Issac dan Michael, dengan mengambil taraf kesalahan 5%, maka peneliti memilih 55 orang secara acak sebagai sampel penelitian.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2007), p. 90

¹⁹ Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Buku I, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), p. 241

²⁰ Sugiyono, *op.cit*, p. 91

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling Technique*). Teknik ini dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa setiap unsur atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel, yaitu dengan cara melakukan undian dari seluruh populasi terjangkau yang ada. Teknik ini digunakan dengan harapan dapat terwakilinya data dari populasi tersebut.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kepuasan konsumen

a. Definisi Konseptual

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya.

b. Definisi Operasional

Kepuasan konsumen dapat diukur dengan sejumlah metode untuk mengukur kepuasan konsumen. Dengan indikator yaitu ketepatan waktu, empati, kedisiplinan, dan kreativitas. Instrumen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert.

Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang diuji cobakan dan kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan konsumen. dua kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang di drop setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis

butir soal dan juga untuk memberikan gambaran sejauh mana instrumen final masih mencerminkan indikator variable kepuasan konsumen terdapat pada tabel III.1 berikut:

Tabel III.1

Kisi-Kisi Instrumen Kepuasan Konsumen

| Indikator | Butir Uji Coba | | Butir Final | |
|-------------------|-------------------------|----------|---------------------|----------|
| | (+) | (-) | (+) | (-) |
| - Ketepatan Waktu | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7* | 8, 9, 10 | 1, 2, 3, 4, 5, 6 | 8, 9, 10 |
| - Empati | 11, 12, 13, 15 | 14, 16* | 11, 12, 13, 15 | 14 |
| - Kreativitas | 19, 20 | 17, 18 | 19, 20 | 17, 18 |
| - Kedisiplinan | 21, 22 | 22 | 21, 22, 20 | 20 |

Untuk mengisi kuesioner model skala likert dalam instrumen penelitian telah disediakan alternatif jawaban dari setiap butir pertanyaan dan responden dapat memilih satu jawaban yang sesuai dengan tingkat jawabannya. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III.2 Skala Penilaian untuk Kepuasan Konsumen

| No | Alternatif Jawaban | Bobot Nilai | |
|----|---------------------------|-------------|-----|
| | | (+) | (-) |
| 1 | Sangat Setuju (SS) | 5 | 1 |
| 2 | Setuju (S) | 4 | 2 |
| 3 | Ragu-ragu (RR) | 3 | 3 |
| 4 | Tidak Setuju (TS) | 2 | 4 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | 5 |

c. Validasi Instrumen

Proses pengembangan instrumen kepuasan konsumen dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert yang diisi dengan pertanyaan yang mengacu kepada indikator-indikator variabel kepuasan konsumen.

Tahap berikutnya, konsep instrument dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir – butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel kepuasan konsumen. Setelah disetujui, selanjutnya instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Tata Niaga di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor tabel instrumen. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas yaitu:

$$r_{it} = \frac{\sum x_i \cdot x_t}{\sqrt{(\sum x_i^2)(\sum x_t^2)}} \quad 21$$

Keterangan :

r_{it} = Koefisien korelasi antar skor butir soal dengan skor total.

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0.361$, jika $r_{it} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{it} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau di drop.

Hasil dari uji coba menunjukkan dari 19 butir pernyataan, 12 butir valid dan 7 butir drop, sehingga pernyataan yang valid dapat digunakan sebanyak 12 butir pernyataan.

Setelah dinyatakan valid, kemudian dihitung reliabilitas dari masing – masing butir instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right) \quad 22$$

keterangan :

r_{ii} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pernyataan (yang valid)

²¹ Djaali&Puji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana, 2008), p.86

²² Djaali&Puji Muljono, loc. Cit., p.89

$\sum s_i^2$ = jumlah varians skor butir

s_t^2 = varians skor total

Sedangkan varians dapat dicari dengan menggunakan rumus :

$$s_i = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n} \quad 23$$

dimana bila $n > 30$ ($n-1$)

Keterangan :

s_i^2 = varians butir

$\sum x^2$ = jumlah dari hasil kuadrat dari setiap butir soal

$(\sum x)^2$ = jumlah butir soal yang dikudratkan

x = skor yang dimiliki subyek penelitian

n = banyaknya subyek penelitian

Berdasarkan rumus di atas, reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan telah dinyatakan valid dihitung sehingga didapat varians butir ($\sum Si^2$) adalah 76,38. Selanjutnya dicari jumlah varians total (St^2) sebesar 1042,6 kemudian dimasukkan ke dalam rumus Alpha Cronbach dan didapatkan hasil *rii* yaitu 0,98. Dengan demikian

²³ Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial* (Yogyakarta: Gajah Mada University Pers, 2004), p.350

dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 12 butir itulah yang dapat digunakan sebagai instrumen final yang mengukur kepuasan konsumen.

2. Brand Experience

a. Definisi Konseptual

Brand experience merupakan sensasi, perasaan, kognisi dan tanggapan konsumen yang ditimbulkan oleh merek, terkait rangsangan yang ditimbulkan oleh desain merek, identitas merek, komunikasi pemasaran, dan lingkungan merek tersebut dipasarkan.

b. Definisi Operasional

Brand experience pada konsumen KFC merupakan data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari konsumen berupa jawaban terhadap pertanyaan dalam kuisisioner. Dengan indikator yaitu sensorif, perilaku, dan intelektual. Instrumen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert.

a. Kisi-kisi Instrumen Brand Experience

Kisi-kisi instrumen yang diuji cobakan dan kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variable brand experience. dua kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang di drop setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis butir soal dan juga untuk memberikan gambaran sejauh mana instrumen final

masih mencerminkan indikator variabel brand experience terdapat pada tabel III.3 berikut:

Tabel III.3 Kisi-kisi Instrumen Variabel X (Brand Experience)

| Indikator | Butir Uji Coba | | Butir Final | |
|---------------|-------------------------|----------|---------------------|----------|
| | (+) | (-) | (+) | (-) |
| - Sensorik | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7* | 8, 9, 10 | 1, 2, 3, 4, 5, 6 | 8, 9, 10 |
| - Perilaku | 11, 12, 8 | 4, 6* | 11, 12 | 14 |
| - Intelektual | 11, 10 | 7, 10 | 9, 11 | 7, 8 |

Untuk mengisi kuesioner model skala likert dalam instrumen penelitian telah disediakan alternatif jawaban dari setiap butir pertanyaan dan responden dapat memilih satu jawaban yang sesuai dengan tingkat jawabannya. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III.4 Skala Penilaian untuk Brand Experience

| No | Alternatif Jawaban | Bobot Nilai | |
|----|---------------------------|-------------|-----|
| | | (+) | (-) |
| 1 | Sangat Setuju (SS) | 5 | 1 |
| 2 | Setuju (S) | 4 | 2 |
| 3 | Ragu-ragu (RR) | 3 | 3 |
| 4 | Tidak Setuju (TS) | 2 | 4 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | 5 |

a. Validasi Instrument Brand Experience

Proses pengembangan instrumen Brand Experience dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert yang diisi dengan pertanyaan yang mengacu kepada indikator-indikator variabel Brand Experience.

Tahap berikutnya, konsep instrument dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir – butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel Brand Experience. Setelah disetujui, selanjutnya instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Tata Niaga di luar sampel. Sampel diujicobakan secara acak sederhana kepada konsumen.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor tabel instrumen. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas yaitu:

$$r_{it} = \frac{\sum xi . xt}{\sqrt{(\sum xi^2)(\sum xt^2)}}^{24}$$

Keterangan :

r_{it} = koefisien korelasi antar skor butir soal dengan skor total.

x_i = jumlah kuadrat deviasi skor dari x_i

²⁴ Djaali&Puji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana, 2008), p.86

x_t = jumlah kuadrat deviasi skor x_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{\text{tabel}} = 0.361$, jika $r_{it} > r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{it} < r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau di drop.

Hasil dari uji coba menunjukkan dari 15 butir pernyataan, 11 butir valid dan 4 butir drop, sehingga pernyataan yang valid dapat digunakan sebanyak 11 butir pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total.

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right)^{25}$$

Keterangan :

r_{ii} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum s_i^2$ = jumlah varians skor butir

²⁵ Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial* (Yogyakarta: Gajah Mada University Pers, 2004), p.350

$$s_t^2 = \text{varians skor total}$$

Sedangkan varians dapat dicari dengan menggunakan rumus :

$$S_i = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n}$$

dimana bila $n > 30$ ($n-1$)

Keterangan :

$$s_i^2 = \text{varians butir}$$

$$\sum x^2 = \text{jumlah dari hasil kuadrat dari setiap soal}$$

$$(\sum x)^2 = \text{jumlah butir soal yang dikudratkan}$$

$$x = \text{skor yang dimiliki subyek penelitian}$$

$$n = \text{banyaknya subyek penelitian}$$

Berdasarkan rumus di atas, reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan telah dinyatakan valid dihitung sehingga didapat varians butir ($\sum S_i^2$) adalah 10,740. Selanjutnya dicari jumlah varians total (S_t^2) sebesar 115,34 kemudian dimasukkan ke dalam rumus Alpha Cronbach dan didapatkan hasil *rii* yaitu 0,88. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 11 butir itulah yang dapat digunakan sebagai instrumen final yang mengukur brand experience.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan teknik regresi dan korelasi dengan langkah-langkah sebagai berikut::

1. Mencari Persamaan Regresi

Mencari persamaan regresi dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + bX \quad ^{26}$$

Dimana Koefisien a dan b dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

Dimana:

$$\sum x^2 = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}$$

$$\sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

²⁶ Sugiono, Op.Cit. hal 188

$$\sum xy = \sum XY - \frac{(\sum X) \cdot (\sum Y)}{n}$$

Keterangan:

\hat{Y} = Persamaan regresi

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi

2. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X ($Y - \hat{Y}$)

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji Liliefors, pada taraf signifikan (α) = 0,05.

Dengan hipotesis statistik:

H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal

H_1 : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian:

Terima H_0 jika $L_{hitung} < L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

Tolak H_0 jika $L_{hitung} > L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas Regresi

Uji linieritas regresi ini dilakukan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh merupakan bentuk linear atau tidak linier.

Dengan hipotesis statistika:

$$H_0 : Y = \alpha + \beta X \text{ (regresi linier)}$$

$$H_1 : Y \neq \alpha + \beta X \text{ (regresi tidak linier)}$$

Kriteria pengujian:

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka persamaan regresi dinyatakan linier.

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka persamaan regresi dinyatakan tidak linier.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Keberartian Regresi

Uji keberartian regresi ini digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berarti atau tidak berarti, dengan kriteria pengujian bahwa regresi sangat berarti apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Dengan hipotesis statistik :

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_1 : \beta \neq 0$$

Kriteria Pengujian :

Regresi dinyatakan positif signifikan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Regresi dinyatakan negatif signifikan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

Untuk mengetahui keberartian dan linieritas persamaan regresi di atas digunakan tabel ANAVA pada tabel III.7 berikut ini :

Tabel III.7
DAFTAR ANALISIS VARIANS
UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN LINEARITAS REGRESI

| Sumber Varians | Bebas (db) | Jumlah Kuadrat (JK) | Rata-Rata Jumlah Kuadrat (RJK) | Fhitung (Fo) | Ftabel (Ft) |
|-----------------|------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| Total (T) | N | ΣY^2 | - | - | - |
| Regresi (a) | L | $\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$ | - | - | - |
| Regresi (b/a) | L | $b(\Sigma xy)$ | $\frac{JK(b)}{db(b)}$ | $\frac{RJK(b)}{RJK(s)}$ | Fo > Ft Maka regresi berarti |
| Sisa (s) | n - 2 | JK(T) - JK(a) - JK(b/a) | $\frac{JK(s)}{db(s)}$ | - | - |
| Tuna Cocok (TC) | k - 2 | JK(s) - JK (G) | $\frac{JK(TC)}{db(TC)}$ | $\frac{RJK(TC)}{RJK(G)}$ | Fo < Ft Maka regresi linier |
| Galat (G) | n - k | $JK(G) = \sum Y^2$ | $\frac{JK(G)}{db(G)}$ | - | - |

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel X terhadap variabel Y (besar kecilnya pengaruh antara kedua variabel), maka menghitung r_{xy} dapat

menggunakan rumus r_{xy} *Product Moment* dan Karl Pearson, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \quad 27$$

Dimana:

r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan

$\sum x$ = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Untuk mengetahui keberartian pengaruh antara kedua variabel digunakan uji-t, dengan rumus sebagai berikut²⁸:

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad 28$$

Dimana:

T_{hitung} = Skor signifikan koefisien korelasi

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

n = banyaknya sampel/data

²⁷ Ibid. hal. 210

²⁸ Ibid. hal. 214

Hipotesis statistik:

$$H_0 : \rho \leq 0$$

$$H_1 : \rho > 0$$

Dengan kriteria pengujian:

Koefisien korelasi dinyatakan signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Koefisien korelasi dinyatakan tidak signifikan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

Koefisien korelasi dilakukan pada taraf signifikan ($\alpha=0,05$) dengan derajat kebebasan (dk) = $n-2$. Jika H_0 ditolak maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan antara variabel X dan variabel Y terdapat hubungan positif.

d. Perhitungan Koefisien Determinasi

Selanjutnya dilakukan perhitungan koefisien determinasi (penentu) yaitu untuk mengetahui persentase besarnya variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X dengan menggunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2$$
²⁹

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

²⁹Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*(Bandung : Alfabeta, 2007), hal 231

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*