

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif, yaitu metode yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistik (Azwar, 1997, h.5). Data angka tersebut berasal dari pengukuran dengan menggunakan skala terhadap variabel-variabel yang ada dalam penelitian.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

1. Variabel tergantung : Kepuasan Konsumen
2. Variabel Bebas : Citra Merek

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi variabel penelitian merupakan batasan dari variabel-variabel penelitian yang secara konkrit berhubungan dengan realitas yang akan diukur dan merupakan wujud dari hal-hal yang akan diamati dalam penelitian (Hadi, 1987, h.26). batasan operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Tergantung : Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah penilaian terhadap suatu produk yang ditunjukkan dengan perasaan senang atau tidak senang sebagai hasil pebandingan antara apa yang dirasakan dengan apa yang diharapkan.

Variabel ini diungkapkan melalui skala kepuasan konsumen KFC, yang disusun berdasarkan aspek kepuasan konsumen KFC meliputi kinerja, interaksi pegawai, reliabilitas, daya tahan, ketepatan waktu dan kenyamanan, estetika, kesadaran akan merek. Semakin tinggi skor pada skala maka semakin tinggi kepuasan konsumen KFC, demikian juga sebaliknya.

2. Variabel Bebas : Citra merek

Citra merek adalah kuat lemahnya gambaran subyek terhadap merek KFC. Variabel ini diungkapkan melalui skala citra merek yang disusun berdasarkan aspek dari citra merek yaitu, fungsional, emosional dan ekspresi diri. Semakin tinggi skor pada skala maka semakin tinggi citra merek konsumen terhadap KFC, demikian juga sebaliknya.

D. Subyek Penelitian

1. Populasi

Salah satu langkah awal yang perlu diambil dalam melaksanakan penelitian adalah menentukan populasi penelitian. Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, hewan, tumbuhan, gejala, nilai tes atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam penelitian. Populasi merupakan seluruh penduduk yang dimaksudkan untuk diselidiki. Populasi dibatasi sebagai sejumlah penduduk atau

individu yang paling sedikit yang mempunyai sifat sama (Hadi, 1995, h.220)

Adapun karakteristik dari populasi penelitian ini adalah konsumen KFC yang sudah berkunjung ke salah satu gerai KFC yang ada di kota Semarang minimal satu kali. Sesuai dengan definisi operasional kepuasan konsumen dan citra merek, bahwa konsumen akan membandingkan antara harapan dengan apa yang dirasakan, adalah dimana konsumen berkunjung pertama kali.

2. Tehnik Pengambilan sampel

Selanjutnya dalam penelitian, peneliti mengambil sebagian dari populasi atau yang disebut dengan sampel. Sampel adalah sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari jumlah populasi. Sampel juga harus mempunyai paling sedikit satu sifat yang sama.

Tehnik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah tehnik *incidental sampling*, yaitu penentuan sampling dengan cara hanya subjek yang kebetulan dijumpai yang dipilih menjadi anggota sampel.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala. Skala merupakan suatu metode penelitian yang menggunakan daftar pertanyaan yang harus dijawab dan dikerjakan sejumlah subjek, berdasarkan atas jawaban atau isian tersebut peneliti mengambil kesimpulan mengenai subjek yang diteliti (Suryabrata, 1994, h.16)

Terdapat dua macam yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu skala kepuasan konsumen dan skala citra merek. Dalam pelaksanaannya sistem penilaian skala kepuasan konsumen dan skala citra merek menggunakan format skala dengan empat kategori respon, dimana subjek diminta untuk memilih salah satu diantara empat kemungkinan jawaban yang tersedia, meliputi Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat tidak Sesuai (STS). Pertanyaan yang *favourable* diberi skor sebagai berikut : Sangat Sesuai (SS) diberi skor 4, sesuai (S) diberi skor 3, Tidak Sesuai (TS) diberi skor 2, Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi skor 1. Pertanyaan yang *unfavourable* diberi skor sebagai berikut: Sangat Sesuai (SS) diberi skor 1, Sesuai (S) diberi skor 2, Tidak Sesuai (TS) diberi skor 3, Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi skor 4.

1. Skala Kepuasan Konsumen KFC

Skala yang mengungkap tentang kepuasan konsumen ini disusun berdasarkan aspek kepuasan konsumen sebagai berikut : kinerja, interaksi pegawai, reliabilitas, daya tahan, ketepatan waktu dan kenyamanan, estetika, kesadaran akan merek

Jumlah item pada skala kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1
Rancangan Skala Kepuasan Konsumen

No	Aspek-aspek	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	Jumlah
1	Kinerja	3	3	6
2	Interaksi Pegawai	3	3	6
3	Reliabilitas	3	3	6
4	Daya tahan	3	3	6
5	Ketepatan waktu dan kenyamanan	3	3	6
6	Estetika	3	3	6
	Jumlah	18	18	36

2. Skala Citra Merek

Skala yang mengungkap tentang citra merek disusun berdasarkan tiga aspek yaitu : fungsional, emosional dan ekspresi diri. Jumlah item pada skala citra merek dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 2
Rancangan Skala Citra Merek

No.	Aspek-aspek	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	Jumlah
1	Fungsional	4	4	8
2	Emosional	4	4	8
3	Ekspresi Diri	4	4	8
	Jumlah	12	12	24

F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas Alat Ukur

Validitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana sebuah alat ukur mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas suatu pengukuran senantiasa berhubungan dengan kesesuaian dan kecermatan dari skala yang dipergunakan. Suatu skala dapat

dikatakan valid apabila benar-benar sesuai dengan menjawab secara cermat tentang variabel yang akan diukur (Azwar, 2000, h.55)

Validitas alat ukur pada penelitian ini menggunakan validitas item. Suryabrata (2000, h.41) mengartikan validitas item adalah derajat kesesuaian antara sesuatu soal dengan perangkat soal-soal lain, ukuran validitas soal adalah korelasi antara skor pada soal itu dengan skor pada perangkat soal (*item total correlation*). Untuk memperoleh koefisien korelasi antara skor item dengan skor totalnya pada skala kepuasan konsumen dan skala citra merek digunakan teknik *product moment dari pearson*.

Guna menghindari *over estimate* (angka korelasi yang kelebihan bobot), rumus korelasi tersebut perlu dikoreksi dengan menggunakan teknik korelasi *part whole*, dengan menggunakan alat bantu computer dengan program *Statistical Packages for Social Science* (SPSS) release 13.0

2. Reliabilitas Alat Ukur

Menurut Suryabrata (2000, h.32) reliabilitas suatu tes adalah taraf sejauh mana tes itu sama dengan dirinya atau dengan kata lain reliabilitas suatu tes adalah keajegan suatu tes. Azwar (1986, h.6) reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya atau diandalkan

Pada penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *alpha cronbach* dengan menggunakan alat bantu computer

dengan program *Statistical Packages for Social Science* (SPSS) release 13.0

G. Metode Analisis Data

Analisis data adalah cara yang digunakan dalam mengolah data yang diperoleh, sehingga didapat suatu kesimpulan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistic. Hal ini dilakukan dengan metode mempertimbangkan factor kesalahan (Hadi, 1994, h.23). tehnik analisis data yang digunakan adalah tehnik *korelasi product moment*. dengan program *Statistical Packages for Social Science* (SPSS) release 13.0

