

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

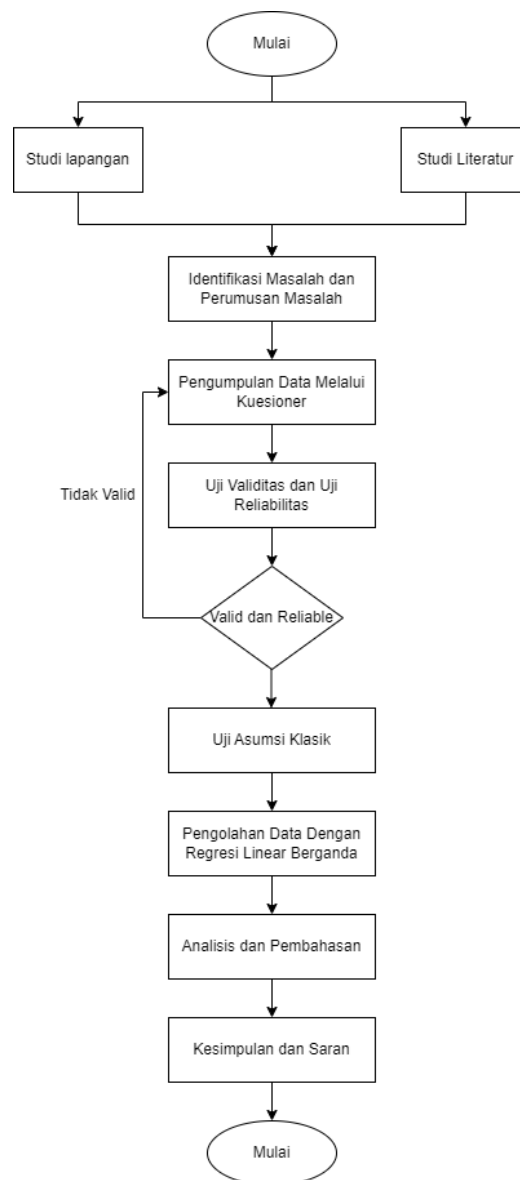
Analisis kepuasan konsumen produk Herbalife adalah tujuan utama penelitian ini. Peserta penelitian merupakan pengguna atau pembeli produk Herbalife di Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Kepuasan pelanggan (Y) merupakan variabel dependen dalam penelitian ini. Faktor independen adalah harga (X1), citra merek (X2), dan kualitas layanan (X3).

3.2 Alur Penelitian

Bagian ini akan membahas penelitian yang dilakukan, seperti yang ditunjukkan pada diagram proses penulisan pada gambar 3.1.

1. Studi literatur. Pada bagian ini, penelitian kepustakaan dilakukan dengan menggunakan berbagai sumber, seperti buku dan jurnal. Dengan menggunakan pendekatan regresi linier berganda, studi literatur telah dilakukan mengenai konsep dan isu seputar kepuasan konsumen.
2. Studi lapangan. Pada tahap ini, melakukan studi lapangan untuk mengetahui secara langsung permasalahan yang terdapat pada kepuasan pelanggan Herbalife.
3. Identifikasi masalah dan perumusan masalah. Pada tahap ini, terdapat gambaran tentang latar belakang masalah untuk merumuskan topik yang ingin dikaji lebih lanjut dalam penelitian. Masalah yang diidentifikasi pada penelitian yang dilakukan adalah kepuasan pelanggan terhadap produk Herbalife.
4. Pengumpulan data melalui kuesioner. Pada langkah ini, informasi yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah ditentukan dan kemudian dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang akan disebarluaskan secara langsung melalui grup WhatsApp pada konsumen Herbalife.
5. Melakukan uji. Pada tahap ini, data yang dikumpulkan dianalisis dan digunakan dalam pengujian validitas dan reliabilitas..
6. *Valid* dan *Reliable*. Pada tahap ini jika data *valid* maka dapat dilakukan proses selanjutnya.

7. Pengolahan data. Pada tahap ini mengolah hasil data dari setiap permasalahan yang di alami oleh konsumen menggunakan metode regresi.
8. Analisis hasil dan pembahasan. Tahap ini melibatkan analisis peringkat kepuasan konsumen untuk produk-produk Herbalife..
9. Kesimpulan dan saran. Tahap akhir adalah menarik kesimpulan dan saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.



Gambar 3. 1 *Flowchart* Penelitian

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Observasi langsung digunakan sebagai metode mengumpulkan data dalam penelitian pada tingkat perusahaan yang diteliti. Berikut ini teknik pengumpulan data yang digunakan:

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode utama dalam mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan kepada distributor Herbalife yang ada di Kabupaten Karawang. Wawancara dilakukan di awal dan di akhir, di awal untuk mendapatkan informasi produk, data konsumen, dan lain-lain. Di akhir itu untuk mendapatkan rekomendasi dari tim ahli atau pihak herbalife berdasarkan hasil analisis yang diperoleh.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu metode pengumpulan data sekunder pada penelitian ini, yaitu kuesioner diberikan kepada pelanggan maupun pengguna produk Herbalife yang ada di Kabupaten Karawang, Jawa Barat. kuesioner mengikut panduan skala likert, satu indikator ada satu atau dua pertanyaan.

3. Studi Pustaka

Mengumpulkan informasi melalui studi kepustakaan yang telah dilakukan sebelumnya, laporan-laporan, buku-buku, dan hasil-hasil penelitian terhadap masalah penelitian.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data, metode non-tes seperti wawancara, observasi, dan kuesioner menggunakan skala Likert yang telah diverifikasi oleh para profesional dan diuji dengan distributor Herbalife di Kabupaten Karawang. Untuk menilai tingkat validitas produk, metode analisis data untuk temuan validasi meliputi metodologi deskriptif dan persentase.. (Ayuka *et al.*, 2021)

Tabel 3. 1 Skala Likert Responden

No	Interval	Kategori
1	0-20%	Sangat Tidak Setuju
2	21-40%	Tidak Setuju
3	41-60%	Cukup Setuju
4	61-81%	Setuju
5	81-100%	Sangat Setuju

Tabel 3. 2 Identifikasi variabel dan indikator yang menjadi dasar pembuatan kuesioner

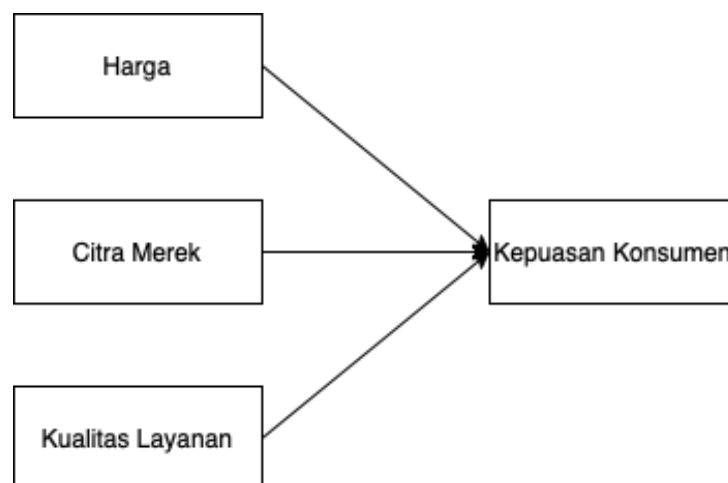
No	Interval	Kategori
1	0-20%	Sangat Tidak Setuju
2	21-40%	Tidak Setuju
3	41-60%	Cukup Setuju
4	61-81%	Setuju
5	81-100%	Sangat Setuju

Tabel 3. 3 Identifikasi variabel dan indikator yang menjadi dasar pembuatan kuesioner lanjutan

No	Variabel	Indikator	Sumber
2.	Citra Merek (X2)	<ul style="list-style-type: none"> - Herbalife sudah memberikan informasi yang berguna - Mudah memperoleh informasi dari Herbalife - Logo dari Herbalife mudah untuk diingat - Saya percaya terhadap merek Herbalife - Herbalife memiliki keunikan dalam mempromosikan mereknya 	Gunardi (2019)
3.	Kualitas Pelayanan (X3)	<ul style="list-style-type: none"> - Bertanggung jawab kepada konsumen - Melayani secara cepat dan tepat - Memberikan jaminan keaslian produk - Memberikan kepercayaan kepada konsumen 	Zulkarnain (2020)

Tabel 3. 4 Identifikasi variabel dan indikator yang menjadi dasar pembuatan kuesioner lanjutan

No	Variabel	Indikator	Sumber
4.	Kepuasan Konsumen (Y)	<ul style="list-style-type: none"> - Produk yang diproduksi memenuhi atau melebihi harapan. - Kinerja karyawan memenuhi atau melebihi harapan. - Ketertarikan untuk kembali setelah mengkonsumsi produk karna nilai dan manfaat yang diterima. - Merekomendasikan teman dan keluarga untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat. 	Kasinem (2020)



Gambar 3. 2 Kerangka atau model penelitian

3.4 Teknik Analisis Data

1. Penentuan Jumlah Sampel

Menggunakan *convenience* sampling sebagai pendekatan *non-probability* sampling. Para distributor Herbalife di Kabupaten Karawang yang menanggapi riset tersebut adalah responden. (Septiani *et al.*, 2020). Menggunakan rumus *slovin* untuk menggambarkan populasi, menentukan populasi dan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sample

N = Jumlah Populasi

e = batas kesalahan

2. Uji Validitas

Untuk mengevaluasi validitas kuesioner, tes validitas digunakan. Jika pertanyaan survei dapat menjelaskan materi pelajaran yang diukur, itu dianggap sah. Angka probabilitas signifikan jika korelasi potensial antara jumlah masing-masing komponen, indikator, dan tiap variabel $< 0,01$ atau $< 0,05$. (Wardhatul *et al.*, 2019)

3. Uji Reliabilitas

Menunjukkan bahwa pemahaman mengenai pengumpulan data dapat dilakukan dengan alat yang sama yang digunakan pengumpulan data pada penelitian. Survei dipandang dapat dipercaya atau dapat diandalkan ketika hasilnya konsisten atau stabil sepanjang waktu. (Wardhatul *et al.*, 2019)

4. Uji Normalitas

Memplot distribusi frekuensi dari titik-titik yang ada merupakan uji normalitas tersederhana. Pengecekan normalitas bergantung pada observasi data desain. Jika datanya cukup besar dan distribusinya tidak 100% normal (tidak memenuhi syarat), kesimpulan yang ditarik mungkin tidak akurat. Saat ini, para ahli telah mengembangkan banyak metode untuk melakukan uji normalitas. (Usmadi, 2020)

5. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan dalam contoh regresi untuk menentukan ada atau tidaknya hubungan atau kolinearitas antara variabel independen. Korelasi adalah interaksi linier atau dekat antara variabel independen atau prediktor dalam situasi regresi ketika faktor tambahan digunakan. Model regresi tidak menunjukkan multikolinearitas jika toleransi terhadap variabel independen lebih besar dari 0,1 dengan VIF kurang dari 10. (Wardhatul *et al.*, 2019)

6. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozal (2016: 138) Uji heteroskedastisitas menentukan apakah varians residual di antara data dalam model regresi tidak sama. Jika perbedaan residual antara dua pengamatan, meskipun berbeda, masih disebut sebagai varians unit, itu dikenal sebagai varians variabel. Melihat histogram antara

nilai prediksi variabel dependen, dalam hal ini nilai ZPRED dan SRESID yang tersisa, merupakan salah satu metode untuk menentukan varians suatu variabel. Misalnya, jika titik B adalah sampel biasa dan ada banyak sampel, ini menunjukkan bahwa varians variabel telah terjadi. Dan tidak akan ada penyimpangan jika tidak ada sampel yang pasti dan angka-angka pada sumbu y keduanya lebih tinggi dan lebih rendah dari nol. (Astutik, 2019)

7. Analisis Linear Berganda

Adanya lebih dari satu variabel independen X, perkembangan dari analisis regresi sederhana adalah analisis regresi berganda. Ini berguna ketika mempertimbangkan beberapa variabel independen X_1, X_2, \dots, X_k tergantung pada nilai variabel independen. Masukkan variabel dependen Y. Variabel X_1, X_2, \dots, X_k . Jumlah variabel independen membedakan regresi sederhana dari regresi berganda. Tidak seperti regresi berganda, yang menggunakan lebih banyak faktor independen untuk memprediksi variabel independen daripada regresi sederhana, yang hanya menggunakan satu variabel independen untuk memprediksi variabel independen. (Wisudaningsi, 2019)

8. Uji t

Uji-t dapat digunakan untuk menentukan hubungan antara variabel independen dan variabel terikat. Dengan menghitung nilai-t dan membandingkannya dengan tabel-t, uji-t menunjukkan apakah variabel independen memiliki dampak yang sebagian signifikan terhadap variabel dependen. (Hidayat, 2020).