

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal. Menurut Suliyanto (2014), penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan menganalisis pengaruh antar variabel. Pada hubungan kausal, diantara dua variabel atau lebih yang diuji tidak bersifat setara dan simertis, tetapi ada yang berfungsi sebagai variabel bebas dan ada yang berfungsi sebagai variabel tergantung.

##### **2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang berada di Kampus II Jalan Setia Budi No. 79 B Medan.

##### **3. Waktu Penelitian**

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan dalam lima bulan yang dimulai dari Oktober 2016 sampai dengan Mei 2017. Rincian waktu penelitian disajikan sebagai berikut:

**Tabel III.1  
Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	2016			2017			
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Pembuatan dan Bimbingan proposal	■						
2	Seminar proposal		■					
3	Pengumpulan Data		■	■				
4	Analisis data			■	■			
5	Penyusunan Skripsi				■			
6	Seminar Hasil					■		
7	Pengajuan Sidang Meja Hijau					■	■	
8	Sidang Meja Hijau							■

## **B. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Menurut Wiratna V Sujarweni (2014) populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan defenisi diatas, maka populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa – mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang masih aktif dan menggunakan smartphone Samsung yang berjumlah 310 orang.

### **2. Sampel**

Menurut Sugiyono (2006), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam menentukan sampel ada

beberapa rumus yang digunakan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus penentuan jumlah sampel menurut Taro Yamane, sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$  = Jumlah Sampel

$N$  = Jumlah Populasi

$D^2$  = Presisi yang ditetapkan/tingkat kesalahan (Thoifah, 2015).

Dalam penelitian ini, ditetapkan batas tingkat kesalahan adalah 10%. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 310 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah:

$$n = \frac{310}{(310 \cdot (0.1)^2) + 1}$$

$$n = 75,60 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Taro Yamane adalah sebanyak 75,60 orang. Jumlah tersebut dibulatkan menjadi 76 orang. Teknik pengambilan random sampling adalah cara pengambilan sampel secara acak dimana setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel tanpa memperdulikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Cara tersebut dilakukan karena anggota populasi dianggap

homogen atau seragam. Pelaksanaan simple random sampling dalam penelitian ini dilakukan terhadap 76 orang secara acak.

### C. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis. Adapun batasan atau defenisi operasional variabel yang diteliti adalah:

**Tabel III.2**  
**Defenisi Operasional**

Variabel	Defenisi	Indikator Variabel	Skala Ukur
Kepuasan Pelanggan (Y)	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perasaan puas (dalam arti puasakan produk dan pelanannya).</li> <li>2. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.</li> <li>3. Akan merekomendasikan kepada orang lain.</li> <li>4. Selalu membeli produk.</li> </ol>	L I K E R T
Harga (X <sub>1</sub> )	Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran dan bahkan komunikasi membutuhkan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harga produk dengan kualitas produk, dan</li> <li>2. Kesesuaian harga produk dengan manfaat yang didapat.</li> </ol>	L I K E R T

Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	Kualitas yang terdiri dari sejumlah keistimewaan produk yang memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian memberikan kepuasan pelanggan atas penggunaan suatu produk (Laksana, 2008).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan (<i>Reliability</i>) semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.</li> <li>2. Daya tahan (<i>durability</i>) berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.</li> <li>3. Estetika yaitu daya tarik produk. Misalnya bentuk fisik, model atau desain, warna dan sebagainya.</li> </ol>	L I K E R T
Fasilitas Fitur (X <sub>3</sub> )	Fitur merupakan salah satu elemen dari atribut produk, karakteristik tambahan yg di rancang untuk membangun ketertarikan konsumen terhadap produk atau penyempurnaan fungsi produk.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keragaman fitur, ketertarikan dari keragaman tipe smartphone.</li> <li>2. Fitur sesuai dengan harapan, bentuk dasar dari kepercayaan akan sesuatu yang diinginkan.</li> <li>3. Fitur memiliki keunggulan, menyediakan fitur yang berguna untuk menyelesaikan suatu kebutuhan yang diinginkan.</li> </ol>	L I K E T R

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Menurut Kuncoro (2009) data adalah sekumpulan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan.

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

##### **1. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:**

- a. Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangktan/skoring (Sugiyono 2006). Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuesioner dari masing – masing responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang menggunakan *Smartphone Samsung*.
- b. Data kualitatif, yaitu data yang berbentuk kalimat, kata atau gambar (Sugiyono 2006). Data kualitatif dalam penelitian ini adalah hasil wawancara yang diberikan kepada responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang aktif menggunakan *Smartphone Samsung*.

##### **2. Sumber Data**

- a. Data premier adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original (Kuncoro, 2009). Data premier dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dan jawaban kuesioner yang disebarkan kepada responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan area.

- b. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Kuncoro, 2009).

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dilakukan adalah untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah diuraikan di atas maka penulis melakukan penelitian untuk mendapatkan data, informasi dan bahan yang diperlukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain:

##### **1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)**

Hal ini di maksud untuk mendapatkan data dan informasi yang berhubungan dengan materi penelitian. Dilakukan dengan mempelajari buku – buku hasil laporan lain yang ada referensinya.

##### **2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

Pengumpulan data yang dilakukan secara langsung terhadap objek penelitian atau dengan terjun langsung ke lapangan dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

###### **a. Pengamatan (*Observasi*)**

Mengadakan penelitian dengan cara mengamati langsung terhadap unit – unit yang ada hubungannya dengan objek yang diselidiki dan mengadakan pencatatan – pencacatan tanpa ikut berpartisipasi langsung.



b. Wawancara (*Interview*)

Memperoleh data atau mendapatkan data dan informasi yang akurat dengan mengajukan pertanyaan secara langsung secara lisan terhadap orang – orang yang dapat memberikan keterangan – keterangan yang erat kaitannya dengan masalah – masalah yang akan penulis ungkapkan dalam penelitian ini guna mendukung data yang dikumpulkan.

c. Kuesioner (*Questionnaire*)

Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan – pertanyaan kepada responden dengan cara memilih alternatif jawaban yang tersedia. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai kuesioner yang ditentukan yaitu:

- a. Jawaban “Sangat Tidak Setuju”, diberi nilai 1
- b. Jawaban “Tidak setuju”, diberi nilai 2
- c. Jawaban “Ragu - ragu”, diberi nilai 3
- d. Jawaban “Setuju”, diberi nilai 4
- e. Jawaban “Sangat Setuju” diberi nilai 5

Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert. Peneliti menggunakan skala likert dalam penelitian ini sebab skala likert memudahkan peneliti untuk mengukur skala penilaian yang berjenjang/bertingkat. Misalnya, untuk mengukur tingkat kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap suatu objek, bisa diukur menggunakan



ukuran sangat setuju, setuju, netral/ragu – ragu/kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pada lima skala likert tersebut menunjukkan bahwa sangat setuju pasti lebih tinggi daripada setuju, sedangkan yang tidak setuju pasti lebih tinggi daripada sangat tidak setuju. Namun, jarak antara sangat setuju ke setuju dan dari setuju ke netral dan seterusnya tidak sama, oleh karena itu data yang dihasilkan oleh skala likert adalah data ordinal. Sedangkan cara skoring yang digunakan yaitu sangat setuju dengan skor 5, setuju dengan skor 4, netral/ragu – ragu/kurang setuju dengan skor 3, tidak setuju dengan skor 2 dan sangat tidak setuju dengan skor 1 (samianstats.wordpress.com).

## **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari beberapa uji yang digunakan, terdiri dari uji instrumen dan uji asumsi klasik.

### **1. Uji Instrumen**

#### **a. Uji Validitas**

Uji yang dilakukan untuk mengetahui layak atau tidaknya alat ukur yang digunakan. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 20, dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pertanyaan dinyatakan valid
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi dan kestabilan suatu alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS Versi 20. Butir pertanyaan yang sudah dinyatakan valid dalam uji validitas reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{\alpha}$  positif atau lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  maka pertanyaan reliabel
- 2) Jika  $r_{\alpha}$  negatif atau lebih kecil dari  $r_{\text{tabel}}$  maka pertanyaan tidak reliable.

c. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi merupakan sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel output/dependent (Y) dengan satu atau beberapa variabel input/independen (X). Menurut, Umi Narimawati (2008), pengertian analisis regresi linier berganda yaitu suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tergantung dengan skala interval.

Teknik analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini sebab skala pengukuran yang digunakan peneliti adalah skala likert. Beberapa peneliti memandang bahwa skala likert adalah data ordinal yang harus diubah/ditransformasikan dahulu menjadi data interval melalui metode

sucesive interval sehingga dapat dianalisis menggunakan analisis regresi atau analisis jalur. Alat analisis regresi atau analisi jalur dapat digunakan langsung untuk menguji hipotesis meskipun data yang digunakan berupa data ordinal, sebab hasil analisis dengan menggunakan data skala likert yang belum dan yang sama (Suliyanto, 2006).

Model regresi dinyatakan dalam persamaan:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan pelanggan

a : Konstanta

$b_1 \dots b_2$  : Koefisien regresi masing – masing variabel

$x_1$  : Harga

$x_2$  : kualitas produk

e :standar error

## 2. Uji Asumsi Klasik

Syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi model regresi berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau

menceng ke kanan. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan kurva PP-Plots.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Artinya, jika varians variabel *independent* adalah konstan (sama) untuk setiap nilai tertentu variabel independent tersebut homoskedastisitas.

**3. Uji Hipotesis**

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

Kriteria pengujian:

$$t_{hitung} > t_{tabel} = H_0 \text{ ditolak,}$$

$$t_{hitung} \leq t_{tabel} = H_0 \text{ diterima.}$$

b. Uji Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat dengan tingkat keyakinan 95%.

Kriteria pengujian:

$$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0 \text{ ditolak,}$$

$$F_{hitung} \leq F_{tabel} = H_0 \text{ diterima.}$$

#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (kualitas produk dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) ditentukan dengan koefisien determinasi  $D = r^2 \times 100\%$ .

