

## **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 untuk menganalisis pengaruh antarvariabel. Pada hubungan kausal, diantara dua variabel atau lebih yang diuji tidak bersifat setara dan simetris, tetapi ada yang berfungsi sebagai variabel bebas dan ada yang berfungsi sebagai variabel tergantung.

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

Lokasi penelitian dilakukan pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang berada di Kampus II Universitas Medan Area Jalan Sei Serayu No. 70/ Jalan Setia Budi No. 79 B Medan.

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

Penelitian telah dilakukan sejak bulan November 2015 sampai dengan April 2016. Untuk lebih jelasnya berikut disajikan tabel waktu penelitian.

**Table 3.1**  
**Rincian Waktu Penelitian**

| No. | Kegiatan                         | November 2015 |   |   |   | Desember 2015 |   |   |   | Januari 2016 |   |   |   | Februari 2016 |   |   |   | Maret 2016 |   |   |   | April 2016 |   |   |   |
|-----|----------------------------------|---------------|---|---|---|---------------|---|---|---|--------------|---|---|---|---------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|
|     |                                  | 1             | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 1            | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 |
| 1   | Pembuatan dan Bimbingan Proposal |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |
| 2   | Seminar Proposal                 |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |
| 3   | Pengumpulan Data                 |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |
| 4   | Analisis Data                    |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |
| 5   | Penyusunan Skripsi               |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |
| 6   | Seminar Hasil                    |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |
| 7   | Pengajuan Sidang                 |               |   |   |   |               |   |   |   |              |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |            |   |   |   |

## **B. Penentuan 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 definisi di atas, maka populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang masih aktif, mulai dari stambuk 12 sampai dengan 15, dan menggunakan smartphone blackberry yang berjumlah 110 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 adalah 110 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah:

$$n = \frac{110}{(110 \cdot (0.1)^2) + 1}$$

$$n = 52.38 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Taro Yamane adalah sebanyak 52.38 orang.Jumlah tersebut dibulatkan menjadi 52 orang.Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling.Teknik purposive sampling adalah teknik penentuan dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.Pelaksanaan teknik purposive sampling dalam penelitian ini dilakukan terhadap 52 orang secara acak.

### C. Defenisi Operasional

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

**Tabel 3.2**  
**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, 2007)                                                                                                            | 1. Perasaan puas (dalam arti puasakan produk dan pelayanannya).<br>2. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.<br>3. Akan merekomendasikan kepada orang lain.<br>4. Selalu membeliproduk. (Irawan,2008)                                                                                                             | L<br>I<br>K<br>E<br>R<br>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 banyak waktu.(KotlerdanKeller ,2009) | 1. kesesuaian harga produk dengan kualitas produk, dan<br>2. kesesuaian harga produk dengan manfaat yang didapat. (KotlerdanAmstrong,2008)                                                                                                                                                                                        | L<br>I<br>K<br>E<br>R<br>T |
| Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ) | Kualitas yang terdiri dari sejumlah keistimewaan produk yang memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian memberikan kepuasan terhadap pelanggan atas penggunaan suatu produk.(Laksana,2008)                                                                                          | 1.Keandalan (Reliability)<br>Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.<br>2. Daya tahan(Durability)<br>Berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.<br>3. Estetika<br>Yaitu daya tarik produk. Misalnya bentuk fisik, model atau desain, warna, dan sebagainya. (Tjiptono,2008) | L<br>I<br>K<br>E<br>R<br>T |

#### 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 diangkakan /skoring (Sugiyono 2006). Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuesioner dari masing-masing responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang menggunakan *Smartphone Blackberry*.
  - 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 Universitas Medan Area yang aktif menggunakan *Smartphone Blackberry*.
2. Sumber Data
  - a. Data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original (Kuncoro 2009). Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dan jawaban kuesioner yang disebarkan kepada responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi 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

Sugiyono (2010), teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara) dan kuesioner (angket). Untuk memperoleh data serta informasi yang diperlukan, penulis melakukan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

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

Metode pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh berbagai informasi yang dapat membantu di dalam penelitian.

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

Metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung ke perusahaan yang dijadikan objek penelitian. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan sehubungan dengan penelitian ini maka tehnik yang digunakan adalah :

- a. Wawancara (*Interview*), yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan dialog secara langsung dengan nasabah.
- b. Kuesioner (*Questionnaire*), yaitu pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan kepada responden (nasabah) dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR) dengan bentuk *checklist*, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi sebagaimana terlihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 3.3**  
**Skala Pengukuran Likert**

| No. | Item Instrumen      | Skor |
|-----|---------------------|------|
| 1.  | Sangat Setuju       | 5    |
| 2.  | Setuju              | 4    |
| 3.  | Ragu-Ragu           | 3    |
| 4.  | Tidak Setuju        | 2    |
| 5.  | Sangat Tidak Setuju | 1    |

Sumber : Sugiyono (2010)

## **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri 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 :

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pertanyaan dinyatakan valid

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 reliabel.

### 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 successive interval sehingga dapat dianalisis menggunakan analisis regresi atau analisis jalur. Alat analisis regresi atau analisis 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 setelah ditransformasikan melalui metode successive interval memberikan hasil 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 independen disebut homoskedastisitas.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. 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  $D = r^2 \times 100\%$ .

#### b. 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 :

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

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

#### c. Uji simultan ( Uji F)

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

Kriteria pengujian :

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

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