

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Desain Penelitian

Nazir (2003) memberikan pengertian tentang desain penelitian sebagai suatu proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *online shop (Lazada)* pada mahasiswa. Dilihat dari pendekatan analisisnya, maka jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dimana penekanan analisisnya pada data-data (angka) yang diolah menjadi data statistik. Sesuai dengan judul penelitian yang ingin diteliti, maka penelitian ini termasuk penelitian korelasi, yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara variabel X (kualitas pelayanan) dengan variabel Y (kepuasan konsumen).

#### B. Identifikasi Variabel Penelitian

Untuk menguji hipotesis penelitian, terlebih dahulu diidentifikasi variabel-variabel yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel terikat (x) : Kepuasan Konsumen
2. Variabel bebas (y) : Kualitas Layanan

### C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel bertujuan untuk mengarahkan variabel yang digunakan dalam penelitian agar sesuai metode pengukuran yang telah dipersiapkan, adapun definisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen merupakan respon dari pelanggan baik perasaan senang maupun kecewa yang ditunjukkan pelanggan atas barang atau jasa yang diperoleh dan digunakannya. Skala kepuasan konsumen yang digunakan berdasarkan ciri-ciri dalam Kepuasan Konsumen menurut Kotler (2000), yaitu loyal terhadap produk, adanya komunikasi yang bersifat positif dari mulut ke mulut, dan perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika ingin membeli produk lain.

#### 2. Kualitas Layanan *Online*

Kualitas Layanan *Online* adalah suatu pelayanan yang diberikan oleh produsen baik terhadap pelayanan barang yang diproduksi maupun terhadap jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku pada produk atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan orang yang dilayani. Skala Kualitas Layanan yang digunakan berdasarkan dimensi Kualitas Layanan *Online* menurut Swaid (2009) yaitu *website usability, information quality, reliability, responsiveness, assurance, personalization*.

## **D. Populasi, Sampel, dan Sampling**

### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2006) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Medan Area stambuk 2012 fakultas Psikologi yang berjumlah 469 orang.

### **2. Sampel**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil pada populasi (Sugiyono, 2006). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah isidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2009). Sehingga total sampel yang akan diambil adalah 60 orang.

## **E. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Nazir, 2003). Metode pengumpulan data dalam kegiatan penelitian mempunyai tujuan mengungkap fakta mengenai variabel yang diteliti. Tujuan untuk mengetahui (*goal of knowing*) haruslah dicapai dengan

menggunakan metode atau cara-cara yang efisien dan akurat.(Azwar, 2010).Stimulus berupa pertanyaan dan pertanyaan yang tidak langsung mengungkapkan atribut yang hendak diukur melainkan mengungkapkan indikator perilaku dari atribut yang bersangkutan. Jawaban subjek bersifat proyektif, yaitu berupa proyeksi dari perasaan atau kepribadiannya.

Dalam penelitian ini digunakan dua macam skala sebagai alat ukur, yaitu skala kualitas pelayanan dan skala kepuasan konsumen. Dalam menyusun skala ini, format item yang digunakan adalah format respon. Masing-masing item terdiri dari item Favorable (mendukung atau memihak pada objek sikap) dan Unfavorable (tidak mendukung objek sikap). Sistem penilaian dalam penelitian ini didasarkan pada bentuk skala yang mempunyai lima tingka jawaban yang terdiri dari “Sangat Sesuai” (SS), “Sesuai” (S), “Tidak Sesuai” (TS), “Sangat Tidak Sesuai” (STS). Rentang skor tiap butir terdiri dari 1 sampai 4, jika satu butir pernyataan bersifat *favourable*, maka jawaban SS (Sangat Setuju) diberi skor 4, S (Setuju) diberi skor 3, TS (Tidak Setuju) diberi skor 2, STS (Sangat Tidak Setuju) diberi skor 1. Jika butir bersifat *unfavourable*, maka jawaban SS (Sangat Setuju) diberi skor 1, S (Setuju) diberi skor 2, TS (Tidak Setuju) diberi skor 3, STS (Sangat Tidak Setuju) diberi skor 4.

Pembuatan skala berfungsi untuk mengukur atribut psikologis. Setelah dilakukan identifikasi alat ukur, maka langkah selanjutnya adalah pembuatan *blue print*. *Blue Print* disajikan dalam bentuk tabel yang memuat uraian komponen-komponen atribut yang harus dibuat itemnya, proposi item, dan memuat indikator

perilaku dalam setiap komponen. Dalam item, *blue print* akan memberikan gambaran mengenai isi skala dan menjadi acuan serta pedoman bagi penulis untuk tetap berada dalam lingkungan ukur yang benar (Azwar, 2007).

## F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

### 1. Validitas

Menurut Azwar (2010) validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Suatu tes atau instrumen pengukuran dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi, apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas alat ukur adalah teknik *korelasi product moment* dari Karl Pearson.

### 2. Reliabilitas

Azwar (2009) memberikan pengertian reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya secara empirik. Reliabilitas mengacu pada konsistensi atau kepercayaan hasil ukur dan mengandung makna kecermatan pengukuran (Azwar 2010). Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kali pun diambil, tetap akan yang sama, reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel artinya, dapat

dipercaya, jadi dapat diandalkan (Arikunto, 2006). Tinggi rendahnya reliabilitas ditentukan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang 0 sampai 1,00. semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya, sebaliknya semakin rendah mendekati angka 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya (dalam Azwar, 2010).

Reliabilitas alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian ini akan diuji menggunakan teknik uji reliabilitas yang dikembangkan oleh Cronbach yang disebut dengan teknik *Alpha Cronbach*. Adapun rumus teknik *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

**Keterangan :**

- $\alpha$  : Koefisien reliabilitas
- $n$  : Banyak Item
- $\sum \sigma_i^2$  : Jumlah varian butir
- $\sigma^2$  : Vriian total

Untuk mempermudah perhitungan, peneliti akan menggunakan alatbantu komputer dengan metode *Statistical Packages for Social Science (SPSS) forwindows*.

### **G. Metode Analisis Data**

Metode Analisis Data merupakan cara yang digunakan dalam mengolah dan menganalisis data yang diperoleh sehingga dapat dibuat suatu kesimpulan. Pada penelitian ini, data penelitian dianalisis secara bertahap dan digunakan analisis statistik langkah awal pengolahan data adalah dengan melakukan analisis deskriptif.

Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan program statistik *SPSSWindows* Release, guna menjawab hipotesis yaitu untuk mengetahui adakah hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan konsumen *online shop*. Analisis juga dilakukan dengan menggunakan program statistik *SPSSWindows*

Rumus *Product Moment* :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{\left\{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}\right\} \left\{\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}\right\}}}$$

**Keterangan:**

- R<sub>xy</sub> : Koefesien korelasi aitem total
- Σ<sub>x</sub> : Jumlah skor item kualitas pelayanan
- Σ<sub>y</sub> : Jumlah skor total skala kepuasan pelanggan
- Σ<sub>xy</sub> : Jumlah perkalian skor item dengan total skor skala
- N : Jumlah subjek