

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti akan mengenakan metode penelitian kuantitatif melalui pendekatan deskriptif. Penelitian ini disebut mengenakan metode kuantitatif disebabkan penelitian ini difokuskan di pengujian teori-teori yang ada melalui penggunaan pengukuran variabel-variabel penelitian yang memiliki angka serta mengenakan analisis data statistik.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat penelitian replikasi dan pengembangan. Penelitian replikasi adalah penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan pengulangan dari eksperimen dasar yang telah ada. Penelitian replikasi memberikan estimasi kekeliruan dalam sebuah eksperimen dan menjadi dasar acuan dalam penelitian selanjutnya (Umar, 2016).

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian menggunakan objek penelitian pada PT Dwi Mitra Synergy yang berada Komp. Nagoya Paradise Center Blok E no 3A, Kel. Batu Selicin, Kec. Lubuk Baja, Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau - Indonesia.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian dimulai oleh peneliti pada akhir bulan Maret 2021 sampai dengan selesainya penelitian ini, periode penelitian dijadwalkan adalah:

Tabel 3.1 Periode Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan					
		Tahun 2021					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Penentuan Judul						
2	Studi Literatur						
3	Pengumpulan Data						
4	Pengolahan Data						
5	Analisis dan Kesimpulan						
6	Penyelesaian Laporan						

Sumber : Hasil olahan peneliti

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan yang berisikan subjek atau objek dengan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti di awal penelitian dengan tujuan untuk dilakukan pembelajaran dan diakhir dengan menarik kesimpulan berupa solusi untuk menjawab permasalahan yang ada pada penelitian tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti menentukan populasi yang akan digunakan sebagai responden yaitu pelanggan yang telah melakukan transaksi pembelian barang dengan PT Dwi Mitra Synergy selaku objek penelitian. Total pelanggan yang dimiliki oleh PT Dwi Mitra Synergy pada saat penelitian dilakukan berjumlah 114 pelanggan.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Jika populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek yang mempunyai ciri khas pada sebuah penelitian, maka sampel ialah bagian pada populasi yang dispesifikasikan dengan menggunakan beberapa pendekatan yang memiliki

kualitas dapat merepresentasikan keseluruhan populasi yang ada. Sampel umumnya diambil jika jumlah populasi yang terlalu besar dan akan berakibat penelitian memakan waktu yang lama.

Teknik penentuan besar sampel pada penelitian ini mengenakan teknik penghimpunan sampel secara jenuh sehingga sampel yang akan digunakan ialah keseluruhan populasi. Hal ini disebabkan jumlah populasi yang dimiliki hanya sedikit sehingga dengan memanfaatkan metode sampel *nonprobability sampling*, peneliti menentukan bahwa keseluruhan populasi akan dijadikan sampel.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik yang dikenakan pada pemilihan sampel ialah teknik *sampling* jenuh yang yangmana keseluruhan populasi dijadikan sampel di penelitian ini.

3.5 Sumber Data

Sumber data di penelitian ini bisa digolongkan dalam dua jenis sumber data yaitu sumber data primer serta sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan sumber data yang sifatnya diambil oleh peneliti secara langsung melalui wawancara dan observasi terhadap pelanggan dan objek penelitian. Sumber data sekunder ialah sumber data yang bersifat tidak langsung didapatkan peneliti seperti pada penelitian ini misalnya makalah, jurnal penelitian peneliti sebelumnya serta literatur lain yang memiliki hubungan bersama pembahasan yang dibahas.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data ialah tindakan sistematis yang bertujuan guna mendapatkan data yang dibutuhkan di sebuah penelitian. Metode pengumpulan

data harus sesuai dengan masalah yang dibahas dan tujuan dari sebuah penelitian.

Metode yang dikenakan yakni:

3.6.1 Metode Studi Literatur

Metode studi literatur bertujuan guna mengumpulkan teori dan pengetahuan dasar yang diperlukan dalam melakukan penelitian ini. Literatur yang dikenakan adalah penelitian oleh peneliti sebelumnya, literatur pada pengumpulan data, jurnal, artikel dan referensi online yang berhubungan langsung maupun tidak langsung pada penelitian ini.

3.6.2 Metode Wawancara

Metode wawancara ialah metode yang bertujuan guna memperoleh informasi yang diperlukan dalam sebuah penelitian dengan cara tanya jawab antara dua pihak dengan menggunakan alat bantuan seperti panduan wawancara yang boleh direkam dengan menggunakan kamera atau *voice recorder* dengan tujuan mempermudah jalannya wawancara. Wawancara pada penelitian ini diarahkan kepada pemimpin PT Dwi Mitra Synergy, beberapa karyawan PT Dwi Mitra Synergy dan beberapa pelanggan PT Dwi Mitra Synergy.

3.6.3 Metode Observasi

Metode observasi merupakan metode yang dimana peneliti langsung turun ke lapangan untuk memperoleh informasi secara langsung. Observasi dilakukan agar peneliti dapat mengetahui secara langsung cara kerja yang terjadi di lapangan. Observasi yang dilakukan peneliti pada penelitian ini terjadi pada akhir bulan April 2021 di PT Dwi Mitra Synergy. Observasi yang dilakukan berupa

melihat langsung proses pengiriman barang dari PT Dwi Mitra Synergy ke pelanggan.

3.6.4 Metode Kuisisioner (Angket)

Metode angket ialah metode yang digunakan dalam menghimpun data melalui memberikan pertanyaan kepada responden untuk dijawab oleh responden. Dalam menggunakan kuisisioner peneliti mengenakan skala *Likert*. Skala *Likert* umumnya dikenakan guna mengukur perilaku atau opini dari responden. Variabel pada penelitian akan dijelaskan menggunakan indikator variabel dengan tujuan menyusun instrumen pertanyaan.

Tabel 3.2 Tabel Skala *Likert*

No	Jawaban		Bobot
	Tanda	Keterangan	
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Hasil olahan peneliti

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan fokus yang dibahas pada sebuah penelitian, baik itu variabel yang memengaruhi ataupun variabel yang dipengaruhi. Variabel operasional juga bisa ditafsirkan selaku semua hal yang dapat memengaruhi hasil dari sebuah penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti pada awal penelitian. Variabel penelitian dibagi dalam 2 jenis yakni variabel bebas (independen) serta variabel terikat (dependen).

3.7.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat ialah variabel yang bersifat dipengaruhi oleh variabel bebas dan nantinya akan dijadikan akibat dari pengaruh yang terjadinya padanya. Variabel terikat umumnya dijadikan sebagai *output* dari sebuah penelitian. Variabel terikat penelitian ini ialah kepuasan pelanggan (Y). Ada beberapa indikator pada variabel kepuasan pelanggan yakni :

1. Kualitas Produk
 - a. Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan
 - b. Konsumen puas terhadap produk yang disediakan
2. Harga
 - a. Harga yang ditawarkan sepadan dengan produk
 - b. Harga produk terjangkau
3. Kualitas Pelayanan
 - a. Pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan
 - b. Pelanggan puas dengan respon cepat karyawan
4. Faktor Emosional
 - a. Pelanggan senang dengan pelayanan yang ditawarkan
 - b. Pelanggan akan kembali untuk melakukan pembelian
5. Biaya dan Kemudahan untuk mendapatkan barang
 - a. Produk mudah untuk didapatkan
 - b. Karyawan membantu pelanggan untuk mendapatkan produk

3.7.2 Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas ialah variabel yang bersifat memengaruhi variabel terikat (dependen). Variabel bebas penelitian ini ialah kualitas produk (X1) serta kualitas pelayanan (X2).

3.7.2.1 Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk ialah karakter yang dipunyai oleh produk dengan keahlian guna memuaskan keperluan yang dimiliki pelanggan. Terdapat beberapa indikator pada variabel kualitas produk yang dikenakan di penelitian ini, yang diikuti dengan *item* dari indikator tersebut, yaitu :

1. Kinerja Produk
 - a. Kemudahan penggunaan
 - b. Tingkat kehematan produk
2. Fitur
 - a. Memiliki beragam aroma
 - b. Menghilangkan bau tidak sedap
3. Reliabilitas
 - a. Produk berfungsi sesuai sebagaimana harusnya
 - b. Produk membuat keadaan menjadi baik
4. Kesesuaian dengan spesifikasi
 - a. Kesesuaian kode produk dari permintaan pelanggan dengan produk yang ditawarkan
 - b. Kesesuaian standar keamanan produk yang ditawarkan
5. Ketahanan

- a. Masa kadaluarsa produk
 - b. Produk mengalami perubahan warna dan bau sebelum masa kadaluarsa
6. Estetika
- a. Warna produk
 - b. Bau produk
7. Kesan Kualitas
- a. Reputasi produk
 - b. Tanggung jawab perusahaan

3.7.2.2 Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan ialah aksi langsung dari perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dari pelanggan. Ada beberapa indikator pada variabel kualitas pelayanan yang dikenakan di penelitian ini, yaitu :

1. Bukti Fisik
 - a. Kantor yang luas dan tempat yang strategis
 - b. Karyawan yang berpakaian sopan dan rapi
2. Reliabilitas
 - a. Pengiriman tepat waktu
 - b. Keahlian pegawai ketika menanggapi pertanyaan konsumen
3. Daya Tanggap
 - a. Respon cepat karyawan dalam memperoleh permintaan harga
 - b. Respon cepat karyawan dalam memberikan penawaran harga
4. Jaminan dan Kepastian

- a. Bagian *finance* melakukan perhitungan dengan tepat
- b. Produk yang ditawarkan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pelanggan

5. Empati

- a. Karyawan melayani pelanggan dengan penuh perhatian
- b. Karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk sendiri merupakan karakter atau fitur yang ada pada produk yang memiliki kemampuan guna mencukupi keperluan dan keinginan pelanggan	Kinerja Produk; Fitur; Realibilitas; Kesesuai dengan Spesifikasi; Ketahanan; Estetika; Kesan Kualitas	<i>Likert</i>
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan ialah tingkatan kelebihan yang diinginkan terhadap kelebihan yang berfokuskan di usaha pencukupan keperluan serta keinginan dari seorang pelanggan	Bukti Fisik; Reliabilitas; Daya Tanggap; Kepastian; Empati	<i>Likert</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan ialah rasa bahagia maupun kecewa individu yang bersumber dari perbandingan antar opini dari hasil sebuah produk melalui ekspektasi yang diberikan dari produk tersebut	Kualitas Produk; Harga; Kualitas Pelayanan; Faktor Emosional; Biaya serta Kemudahan dalam Memperoleh Produk	<i>Likert</i>

Sumber : (Basith et al., 2019), (Novia et al., 2019)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif ialah bentuk analisa data guna menguji secara umum hasil sebuah penelitian. Analisis deskriptif bertujuan untuk melakukan pengujian hipotesis sebuah penelitian. Umumnya, jika H_0 diterima berarti hasil penelitian dapat digeneralisasikan, tapi jika H_0 ditolak maka hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan. Analisis deskriptif ditentukan skala rentang dan kriteria untuk mengetahui gambaran yang diteliti, sebagai contoh skala yang dikenakan di penelitian ini yaitu :

Tabel 3.4 Skala Analisis Deskriptif

Rentang Skala	Kriteria
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik
1,80 – 2,59	Tidak Baik
2,60 – 3,39	Cukup
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat Baik

Sumber : Hasil olahan peneliti, 2021

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Validitas ialah ukuran yang memperlihatkan tingkat keabsahan data dalam penelitian. Jika nilai validitas tinggi, maka data tersebut dapat dibilang sah atau valid, dan berlaku kebalikannya jika nilai validitas rendah, maka data tersebut dinyatakan tidak valid.

Kriteria pengujian validitas suatu data yaitu melalui perbandingan nilai r_{hitung} kepada r_{tabel} dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Apabila r_{hitung} sama ataupun lebih besar dibanding r_{tabel} maka data dikatakan valid. Apabila r_{hitung} lebih rendah dari nilai r_{tabel} , maka data dikatakan tidak valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran yang menandakan apakah sebuah data bisa diyakini guna dikenakan selaku alat penghimpun data. Instrumen yang baik bagus bersifat menunjukkan responden guna memilih jawaban khusus.

Pengujian reliabilitas dinyatakan dengan koefisien *Cronbach Alpha*. Variabel akan dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna melihat variabel residual di model regresi tersebar dengan normal maupun tidak. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan hukum sebagai berikut:

1. Apabila data tersebar di garis diagonal serta searah garis dengan penyebaran yang normal, maka dapat dinyatakan syarat normalitas terpenuhi.
2. Apabila data tersebar jauh dari garis diagonal serta tidak searah garis dengan distribusi tidak normal, maka dapat dinyatakan syarat normalitas tidak terpenuhi.

Pengujian yang dikenakan guna menetapkan penyebaran data normal ataupun tidak yaitu pengujian *Kolmogorov-Smimov*, dengan syarat sebagai berikut:

1. Angka signifikansi Uji *Kolmogorov-Smimov* Sig. $> 0,05$ menunjukkan data memiliki distribusi yang normal.
2. Angka signifikansi Uji *Kolmogorov-Smimov* Sig $< 0,05$ menunjukkan data memiliki distribusi yang tidak normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilaksanakan pada pengujian terhadap model regresi terdapat hubungan antar variabel bebas. Dengan tujuan mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas bisa dilaksanakan melalui melihat nilai *tolerance* serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Multikolinieritas tidak ada jika nilai VIF tidak > 10 beserta diikuti oleh nilai *tolerance* $> 0,10$.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastis

Uji heteroskedastisitas dilaksanakan guna menguji model regresi yang di dalamnya terdapat varians dan pertidaksamaan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika nilai variabel bebas tidak signifikan secara statistik, hal ini tidak akan terjadi. Maka dapat mengenakan *Scatterplots* untuk menguji heteroskedastisitas, jika titik-titik terdistribusi secara acak maka model regresi dapat dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas. Cara untuk menentukan apakah sebuah model mengalami heteroskedastis atau tidak ialah melalui perbandingan nilai signifikan regresi melalui nilai 0,05. Apabila nilai signifikan regresi $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastis. Apabila nilai signifikan $< 0,05$, maka model terjadi heteroskedastis.

3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier disebut berganda karena adanya lebih dari satu variabel bebas yang digunakan. Terdapat formula bentuk deviasi yang berupa sebuah persamaan dapat dituliskan ke dalam bentuk :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots b_iX_i + c$$

Rumus 3.1 Regresi Linier Berganda

Keterangan :

Y : kepuasan pelanggan

α : konstanta

B₁,b₂,...,n : nilai koefisien

X₁ : kualitas produk

X₂ : kualitas pelayanan

C : standar error

3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dirancang guna menakar kemampuan model regresi guna menginterpretasikan perubahan variabel dependen dalam penelitian.

Rentang nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai 1.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dirancang guna melihat pengaruh variabel bebas dengan cara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat. Sementara itu, uji signifikansi bisa dilaksanakan dengan mengamati nilai signifikansi F di tingkat koefisien yang dikenakan (umumnya nilai koefisien 5% atau 0,05).

Analisa dilandaskan pada perbandingan antar nilai signifikansi 0,05 dengan syarat sebagai berikut :

1. Jika signifikansi $> 0,05$ maka menerima H_0 serta menolak H_1 yang berarti variabel bebas tidak memengaruhi signifikan kepada variabel dependen secara bersamaan.

2. Jika signifikansi $< 0,05$, maka menolak H_0 serta menerima H_1 , yaitu variabel bebas memengaruhi signifikan secara simultan kepada variabel terikat.

3.9.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji hipotesis yang dikenakan di penelitian ini adalah uji parsial atau uji t. Uji t dikenakan guna menguji pengaruh variabel bebas kepada variabel terikat yang digunakan pada penelitian. Konsep uji hipotesis yang dikenakan guna melihat hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas dalam penelitian, yaitu :

1. Jika signifikan $> 0,05$ maka menerima H_0 serta menolak H_1 , yang berarti variabel bebas tidak memengaruhi signifikan.
2. Jika signifikan $< 0,05$, maka menolak H_0 serta menerima H_1 , yang berarti variabel independen memengaruhi signifikan.