

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kausalitas untuk mengidentifikasi apakah ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat disertai dengan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat replikasi atau biasa disebut dengan penelitian lanjutan yang meneruskan dari penelitian sebelumnya menggunakan variabel, indikator dan alat analisis yang sama tetapi dengan objek yang berbeda

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di PT. Kristal Komputerindo Perkasa yang berada di Komplek Galaksi Blok A no 9-10

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari September 2021 sampai dengan Januari 2022, dengan pengumpulan judul pada bulan Agustus 2021.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Bulan																			
	September				Oktober				November				Desember				Januari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■																			
Studi Pustaka		■	■	■	■	■														
Metode Penelitian					■	■	■	■	■	■	■	■								
Kuesioner													■	■	■	■				
Pengolahan Data													■	■	■	■				
Kesimpulan																	■	■	■	■
Penyelesaian Skripsi																	■	■	■	■

Sumber: Peneliti

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah gambaran secara umum tentang objek dan subjek yang akan diteliti dan dipelajari kemudian diambil kesimpulannya. Populasi tidak hanya mempelajari tentang objek yang diteliti tetapi juga mencakup semua sifat dari objek yang akan diteliti oleh tiap peneliti (Aswad et al., 2018). Konsumen PT. Kristal Komputerindo Perkasa yang akan menjadi objek dalam penelitian ini. Peneliti mengambil populasi dengan jumlah sebanyak 1.393 konsumen

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

(Isfahila et al., 2018) menjelaskan pengertian dari sampel adalah bagian dari populasi, untuk mengambil sampel maka kita harus memiliki populasi terlebih

dahulu. Sampel dapat dihitung dengan menggunakan beberapa jenis metode rumus.

Penulisan skripsi ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dan menggunakan rumus Slovin. Berikut rumus Slovin yaitu:

Rumus 3.1 Rumus Slovin

$$n = N / (1 + (Ne^2))$$

Sumber: (Aswad et al., 2018)

Keterangan:

n: Jumlah sampel

N: Jumlah seluruh populasi

E: Toleransi error

(Catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, atau 5% atau 0,05, dan 10%, atau 0,1 dapat dipilih oleh peneliti).

Berdasarkan rumus diatas maka sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = 1.393 / (1 + (1.393 \times 0.05^2))$$

$$n = 1.393 / (1 + (1.393 \times 0,0025))$$

$$n = 1.393 / (1 + (3,4825))$$

$$n = 1.393 / 4,4825$$

$$n = 310,76 \text{ dibulatkan menjadi } 311$$

Berdasarkan kalkulasi diatas, dapat disimpulkan bahwa jumlah responden pada penelitian ini adalah 311.

3.4.3 Teknik Sampling

Pada penelitian ini, dalam pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu berdasarkan suatu pertimbangan seperti ciri maupun sifat populasi. Sampel yang digunakan yaitu semua konsumen yang pernah melakukan pembelian laptop Lenovo di PT. Kristal Komputerindo Perkasa dengan total 311

3.5 Sumber Data

Berdasarkan pengamatan, sumber data dibagi menjadi dua yaitu, sumber data primer yang langsung memberikan datanya kepada peneliti, dan sumber data sekunder yang secara tidak langsung memberikan data pada peneliti.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan skala likert untuk melakukan pengumpulan datanya. Skala likert adalah alat untuk mengukur pendapat, persepsi terhadap fenomena objek yang terjadi. Kemudian untuk kuesioner akan dibuat pernyataan dengan menggunakan poin dari 1-5 untuk mewakili pendapat responden. (Meutia, 2017).

Tabel 3.2 Skala Likert

Keterangan	Skala
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : (Meutia, 2017)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel operasional adalah definisi dari tiap variabel yang akan diteliti dengan memberikan arti untuk mengukur variabel.

3.7.1 Variabel Independen

Variabel indenpenden adalah variabel bebas yang dapat mempengaruhi variabel terikat dan membuat perubahan pada variabel tersebut (Aswad et al., 2018) Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, ekuitas merek dan kualitas produk

3.7.1.1 Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut (Aswad et al., 2018) sebagai berikut:

1. Realibilitas (*Realibility*)
2. Daya tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Bukti fisik

3.7.1.2 Ekuitas Merek

Menurut (Diansyah & Putera, 2017) terdapat indikator dari ekuitas merek yang digunakan meliputi:

1. Keutamaan merek
2. Kinerja merek
3. Pencitraan merek
4. Perasaan merek
5. Resonansi merek

3.7.1.3 Kualitas Produk

Menurut (Meutia, 2017) kualitas produk memiliki beberapa indikator pokok yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja produk (*Performance*)
2. Keistimewaan (*Features*)
3. Keandalan (*Reliability*)
4. Konformansi (*Conformance*)
5. Daya tahan (*Durability*)
6. Kemampuan pelayanan (*Service ability*)
7. Estetika (*Aesthetics*)
8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*)

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel terikat adalah variabel yang terjadi karena pengaruh dari adanya variabel bebas. (Aswad et al., 2018). Variabel terikat didalam penelitian ini adalah Kepuasan konsumen (Y).

3.7.2.1 Kepuasan Konsumen

Ada enam indikator kepuasan konsumen menurut (Widyastuti, 2017) yaitu:

1. Kepuasan konsumen keseluruhan
2. Penilaian konsumen
3. Konfirmasi harapan
4. Minat pembelian ulang
5. Kesiediaan untuk merekomendasi
6. Ketidakpuasan konsumen

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Menurut (Aswad et al., 2018) Kualitas pelayanan adalah layanan yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realibilitas (<i>Realibility</i>) 2. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) 5. Bukti fisik 	<i>Likert Scale</i>
Ekuitas Merek (X2)	Menurut (Diansyah & Putera, 2017) Ekuitas merek diartikan sebagai nilai tambah kepada suatu merek yang sudah memberikan kontribusi kepada perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keutamaan merek 2. Kinerja merek 3. Pencitraan merek 4. Perasaan merek 5. Resonansi merek 	<i>Likert Scale</i>
Kualitas Produk (X3)	(Meutia, 2017) mengatakan bahwa kualitas produk adalah kinerja produk yang berkualitas apakah mampu memenuhi harapan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja produk (<i>Performance</i>) 2. Keistimewaan (<i>Features</i>) 3. Keandalan (<i>Reliability</i>) 4. Konformansi (<i>Conformance</i>) 5. Daya tahan (<i>Durability</i>) 6. Kemampuan pelayanan (<i>Service ability</i>) 7. Estetika (<i>Aesthetics</i>) 8. Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived quality</i>) 	<i>Likert Scale</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	Menurut (Isfahila et al., 2018) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah ungkapan perasaan senang atau kecewa yang ada pada seseorang setelah menggunakan suatu produk dan melakukan perbandingan terhadap eksptasi mereka.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan konsumen keseluruhan 2. Penilaian konsumen 3. Konfirmasi harapan 4. Minat pembelian ulang 5. Kesiadaan untuk merekomendasi 6. Ketidakpuasan konsumen 	<i>Likert Scale</i>

3.8 Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan sebelum kita mengukur tingkat keabsahan dan kenyataan dari instrument yang kita teliti. Menurut (Tresiya et al., 2018)

Instrumen yang valid adalah syarat mutlak untuk menyatakan instrument tersebut realibel.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis pada sebuah penelitian bertujuan untuk mengungkapkan pengertian yang ada di tiap variabel yang kita sedang teliti. Adapun rumus untuk menghitung skala analisis deskriptif tersebut adalah sebagai berikut:

Rumus 3.2 Rentang Skala

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

$$RS = \frac{311 - (5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{311(4)}{5}$$

$$RS = \frac{1.244}{5}$$

$$RS = 248,8$$

Maka dapatlah rentang skala sebesar 248,8. Selanjutnya akan dicari rentang skala yang menentukan skor terendah dan skor tertinggi nya.

Tabel 3.4 Interval Koefisien Kolerasi

Skor	Skor Positif
311 – 559,8	Sangat Tidak Setuju
559,8 – 808,6	Tidak Setuju
808,6 – 1.057,4	Netral
1.057,4 – 1.306,2	Setuju
1.306,2 – 1.555	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2021

3.8.2 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data dilakukan untuk mengukur dan menganalisa data yang sedang kita uji, data tersebut diukur dengan uji validitas, reliabilitas yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar data tersebut dapat diandalkan. (Jaka Atmaja, 2018)

3.8.2.1 Uji Validitas

Menurut (Isfahila et al., 2018) uji validitas dilakukan untuk menguji seberapa tepat alat yang digunakan untuk mengukur gejala kejadian suatu objek tersebut.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas Data

Menurut (Isfahila et al., 2018) uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan dengan kuesioner yang sudah dibuat, kuesioner tersebut dapat berupa pernyataan dan jika pernyataan nya selalu mendapatkan jawaban yang konsisten maka hasilnya akan reliabel. Menurut (Tresiya et al., 2018) suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai Croanbach's Alpha > 0,06

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. (Sengkey et al., 2021)

3.8.3.1 Uji Normalitas Data

Menurut (Widyastuti, 2017) uji ini untuk mengamati apakah nilai dari tiap variabel yang sedang diuji berdistribusi normal atau justru tidak normal. Untuk menciptakan model regresi yang baik maka nilai residual harus berdistribusi normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Widyastuti, 2017) uji ini untuk melihat keberadaan hubungan variabel bebas pada regresi linear berganda dan dapat digunakan dengan metode *VIF (Variance Influence Factor)*. Syarat suatu uji multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai $VIF < 10$, Dan nilai tolerance $> 0,1$

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Widyastuti, 2017) uji untuk melihat ketidaksamaan variabel dari pengamatan regresi yang didapat. Jika asumsi ini tidak bisa dipenuhi maka terjadi heterokedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Isfahila et al., 2018) analisis ini dilakukan untuk menguji suatu hipotesis yang ada apakah variabel bebas dapat berpengaruh terhadap variabel terikat secara signifikan. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan, ekuitas merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari analisis ini adalah masing-masing variabel bebas harus koefisien. Rumus untuk menentukan analisis regresi linear berganda adalah:

Rumus 3.3 Rumus Analisis Regresi Linear Berganda

$$Y = a + bX^1 + bX^2 + bX^3 + e$$

Sumber : (Malik Ibrahim & Thawil, 2019)

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

a = Konstanta

b = Koefesien regresi

X^1 = Variabel bebas (Kualitas Pelayanan)

X^2 = Variabel bebas (Ekuitas Merek)

X^3 = Variabel bebas (Kualitas Produk)

3.8.4.2 Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Isfahila et al., 2018) uji Determinasi Berganda (R^2) merupakan besaran terikat yang akan dijelaskan oleh variabel bebas.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T

Uji ini berguna untuk melihat apakah variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat secara parsial dengan nilai sig < 0,05 maka variabel bebas dan terikat dapat berpengaruh secara signifikan. (Tresiya et al., 2018)

3.9.2 Uji F

Uji F berguna untuk melihat apakah seluruh variabel bebas dapat secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. (Widyastuti, 2017).