

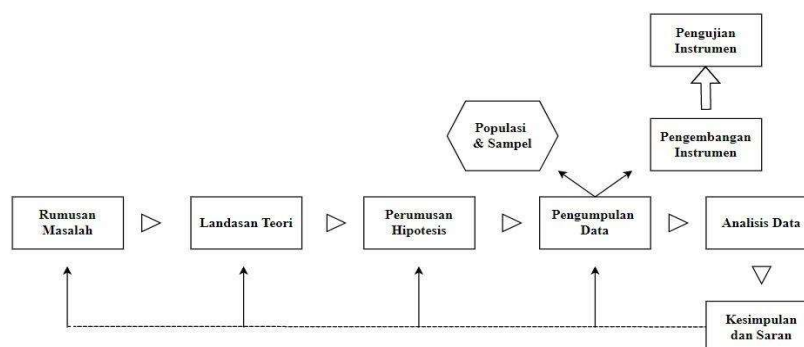
BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Membuat sebuah analisis diperlukan sebuah desain penelitian. Adanya desain penelitian untuk mengetahui hal terpenting dari penelitian tersebut. Jenis dari desain penelitian diketahui ada 4 dari (Ika Putri et al., 2021: 5) yang dikutip dari (Haig, B, 2018) diantaranya penelitian deskriptif, penelitian eksplanatori, penelitian eksperimen, penelitian eksploratori. Dalam penelitian kali ini penulis akan menggunakan desain penelitian deskriptif.

Berdasarkan judul penelitian disimpulkan penulis memakai metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif ialah teknik yang bersifat terstruktur dalam beberapa bagian hubungan sebab-akibat dan juga menggunakan metode ini peneliti dapat mengembangkan hasil penelitian yang baru serta metode ini disampaikan dalam bentuk angka, diagram, dan statistik (Sugiyono, 2016: 7). Berikut dibawah ini merupakan skema desain penelitian ini



Gambar 3.1 Proses Metode Kuantitatif

Sumber: (Sugiyono, 2016: 30)

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini berbentuk replikasi yang dimana dikerjakan dengan dukungan variabel, indikator, objek, dan alat penelitian sesuai dengan peneliti terdahulu (Hardani et al., 2020: 398). Perbedaan dalam penelitian ini dari segi objek serta tempat untuk melaksanakan penelitian ini.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan dalam bagian toko PT. Prima Labeling yang terletak di Jl. Komplek Bumi Indah Blok V No. 19, Batam-Indonesia.

3.3.2 Periode Penelitian

Rentang waktu pada bulan September 2021 sampai dengan Februari 2022 yang akan berlangsung selama 14 pertemuan. Dibawah ini merupakan jadwal penelitian yang sudah diringkas

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Bulan																			
	Sep'21				Okt'21				Nov'21				Des'21				Jan'22			
	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											■	■	■	■	■					
Data Pengolahan													■	■	■	■				
Kesimpulan																	■	■		
Penyelesaian Skripsi																			■	■

Sumber: Hasil Penelitian

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Definisi populasi ialah area abstraksi yang dimana subjek atau objek yang memiliki kualitas dan keunikan tersendiri ditentukan oleh pengkaji untuk didalami kemudian dibuatkan determinasinya (Sugiyono, 2016:80). Hasil pernyataan tentang definisi populasi bisa disimpulkan kalau populasi ialah lokasi abstraksi dan terdiri dari objek yang memiliki mutu tertentu untuk dijadikan tempat penelitian serta berguna untuk dipelajari. Populasi penelitian ini adalah konsumen dari PT. Prima Labeling. Penulis mengambil populasi dari bulan Juni sampai November 2021 dalam kurun waktu enam bulan terakhir yang dimana diasumsikan populasi sebanyak 104 orang.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Arti dari sampel ialah bagian dari keseluruhan dan keunikan yang dimiliki oleh populasi itu (Sugiyono, 2016:81). Sampel jenuh akan menjadi salah satu teknik yang dimana penulis mengambil seluruh populasi dalam periode bulan Juni hingga November 2021 tersebut untuk dijadikan sampel.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling yakni cara untuk mengambil sampel dan dibagi menjadi dua macam teknik diantaranya adalah *probability* dan *non probability sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Sampel jenuh yang digunakan untuk penelitian ini yakni salah satu bagian teknik dari *non probability sampling* (Sugiyono, 2016: 84).

3.5 Sumber Data

Sumber data yang ada dalam penelitian ini ada 2 macam data (Hardani et al., 2020: 401), diantaranya:

1. Data Primer

Berdasarkan pengertian dari data primer ini peneliti mendapatkan data dengan mengirim kuesioner dalam bentuk *Google Form* yang disebarakan kepada konsumen PT Prima Labeling.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang didapatkan untuk mendukung penelitian ini berasal dari beberapa jurnal serta buku dari *Google Book*, *Google Scholar*, website Sinta, website UPB serta data dari perusahaan. Data ini terkonsentrasi berhubungan dengan variabel pelayanan, kualitas produk, promosi, dan kepuasan pelanggan.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini pengkaji mengumpulkan petunjuk melewati kuesioner. Kuesioner disediakan berupa pernyataan dan disebarakan melalui *Whatsapp*. Pernyataan dalam kuesioner dibuat sesuai dengan indikator yang dipakai. Kuesioner diukur menggunakan skala *Likert*. Responden diberikan pilihan dengan skala lima poin. Untuk analisis kuantitatif, maka jawaban dari responden dibuat skor yaitu (Hardani et al., 2020: 390):

1. Sangat tidak setuju dengan skor 1
2. Tidak setuju dengan skor 2
3. Netral dengan skor 3

4. Setuju dengan skor 4
5. Sangat setuju dengan skor 5

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel itu suatu faktor yang harus diteliti oleh seorang peneliti untuk memecahkan masalah dari faktor utama tersebut terhadap materi yang dipilihnya (Sugiyono, 2016: 38). Variabel penelitian ialah satu indikasi yang bermacam-macam bentuknya dan juga objek tersebut dapat diperkirakan. Selain itu, suatu variabel harus memiliki keunikan atau cirinya masing-masing (Hardani et al., 2020: 303). Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian merupakan satu bentuk dengan bermacam-macam varian dengan varian yang bisa dihitung. Dibawah ini merupakan beberapa variabel yang terdapat dalam penelitian ini.

3.7.1 Variabel Dependen

Variabel dependen ini merupakan variabel yang muncul jika ada dampak yang timbul oleh variabel independent (Hardani et al., 2020: 305-306). Variabel dependen dipenelitian adalah kepuasan pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan diberi kode “Y”.

3.7.2 Variabel Independen

Variabel lainnya adalah variabel independent yakni variabel berupa dampak pada variabel dependen (Sugiyono, 2016: 39). Variabel independent pada penelitian ini adalah pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi (X_3).

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Pelayanan (X ₁)	Pelayanan ialah tindakan menawarkan produk serta membantu permintaan dari konsumen (Wasiman, 2017: 124)	1. <i>Assurance</i> 2. <i>Tangibles</i> 3. <i>Emphaty</i> 4. <i>Responsiveness</i> 5. <i>Reliability</i>	Likert
Kualitas Produk (X ₂)	Kualitas produk merupakan satu hal yang bergerak secara bersamaan dengan manusia, jasa, produk proses yang berjalan dan tempat yang berhubungan dengan hal tersebut (Ekaprana et al., 2020: 2899).	1. Kinerja 2. Daya Tahan 3. Reliabilitas 4. Fitur 5. Performa 6. Kesesuaian 7. Kemampuan melayani 8. Kualitas	Likert
Promosi (X ₃)	Promosi ialah tindakan dalam memberikan penawaran dalam berbagai bentuk dengan tujuan menarik minat pembeli (Julita & Syaifullah, 2021: 3)	1. Promosi dari mulut ke mulut 2. Promosi diskon	Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan ialah tujuan yang harus dicapai oleh perusahaan demi mendapatkan loyalitas dari pelanggan terhadap produk yang diproduksi oleh perusahaan (A. H. Fahmi & Suwitho, 2019: 5)	1. Citra merek 2. Keputusan pembelian 3. Pembelian ulang 4. Membangun <i>world of mouth</i> 5. Pelayanan	Likert

Sumber: Peneliti (2021)

3.8 Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini adalah menggunakan program SPSS versi 25. Kegunaan menggunakan program ini adalah untuk mencari pengaruh antara variabel dependen dan independent berdasarkan rumusan masalah penelitian.

3.8.1 Statistik Deskriptif

Secara umum ada dua macam analisis data diantaranya adalah statistik deskriptif dan inferensial. Pada penelitian kali ini penulis menggunakan statistik deskriptif yang dipakai untuk menelaah data dengan cara menguraikan data yang sudah disusun tanpa berencana membuat kesimpulan untuk digunakan secara umum (Sugiyono, 2016:147). Penelitian dengan menggunakan statistik deskriptif diambil dari populasi bukan dari sampelnya.

Data yang telah dikumpulkan akan diberikan skor dari angka 1 sampai 5 sesuai dengan skala likert. Hasil dari jawaban responden akan ditotalkan dan menghitung skor terendah dan tertinggi dengan cara sebagai berikut (Sugiyono, 2016: 99):

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 104 = 104$$

$$\text{Skor Tertinggi} = 5 \times 104 = 520$$

Rumus 3.1 Menghitung Skor

Sumber: (Sugiyono, 2016: 99)

3.8.2 Uji Kualitas Data

Sebelum menguji kualitas data penulis akan mengumpulkan jawaban responden dan diuji. Data yang sudah diuji akan dianalisis. Berdasarkan uji kualitas

data tersebut terdapat 2 macam pengujian diantaranya adalah uji validitas dan reliabilitas.

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas ialah pengujian pada sebuah kuesioner untuk melihat keakuratan dari balasan responden dari kuesioner yang sudah dikirimkan. Pengertian dari uji validitas itu sendiri yang berarti untuk mengukur keakuratan dari instrumen yang dipakai dalam penelitian. Semakin tinggi angka validitas dari instrumen yang dipakai maka semakin baik pula instrumen tersebut dipakai (Yusuf, 2017: 95).

Cara untuk mengetahui jika instrumen yang dipakai itu valid dengan melihat nilai dari r hitung. Nilai dari r tabel dihitung dari $df = n-2$ dan sig 5%, sehingga jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Namun, jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid. Rumus yang dipakai untuk menghitung nilai *Pearson Product Moment* ialah (Yusuf, 2017: 100):

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Rumus 3.2 Koefisien Korelasi

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi

X = Skor masing-masing item variabel X

Y = Skor masing-masing item variabel Y

N = Jumlah responden

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menakar kemampuan dari kuesioner tersebut untuk tetap konsisten walau ada perubahan sewaktu-waktu (Syahrudin & Salim, 2014: 134). Pengujian dilakukan pada pernyataan yang sudah melewati tahap uji

validitas. Jika satu persyaratan yang ada tidak terpenuhi maka tidak perlu dilakukan pengecekan reliabilitas. Apabila nilai Alpha $\geq 0,6$ maka instrumen tersebut dapat digunakan (Juliandi et al., 2014: 80). Rumus perhitungan untuk *Cronbach Alpha* (Juliandi et al., 2014: 82), yaitu:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad \text{Rumus 3.3 Alpha Cronbach}$$

Keterangan:

r = reliabilitas instrumen

k = jumlah pernyataan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir pernyataan

σ_t^2 = total varians

3.9 Uji Asumsi Klasik

Terkait penelitian ini terdapat 4 pengujian yang sering dipakai peneliti, diantaranya: uji normalitas data, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas. Arti dari uji asumsi klasik ialah teknik yang dilakukan untuk memeriksa model regresi linear ini memiliki permasalahan dalam asumsi klasik atau tidak (Mardiatmoko, 2020: 334)

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dari kumpulan data dan uji ini untuk melihat apakah ada variabel yang akan mengacau (Ma'ruf & Irwan Padli Nasution, 2020: 116). Beberapa metode yang digunakan dalam uji normalitas, diantaranya *Chi-Square*, *Lilliefors*, dan *Kolmogorov-Smirnov*. Metode yang paling sering ditemukan, yaitu metode *Kolmogorov-Smirnov*. Penulis akan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan pendekatan *Monte Carlo*. Jika standar signifikan $< 0,05$ artinya H_1

diterima dapat disimpulkan bahwa data tidak diseminasi dengan normal. Jika standar signifikan $> 0,05$ artinya H_0 diterima dapat disimpulkan data diseminasi dengan normal.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ialah pengujian demi mengetahui ada dan tidaknya interelasi dari dua variabel independent (Ma'ruf & Irwan Padli Nasution, 2020: 116-117). Untuk mengetahui jika terjadi multikolinearitas adalah mengamati nilai *tolerance* atau nilai *variance inflation factor*. Jika nilai *tolerance* ≤ 10 maka tidak ada multikolonearitas namun jika nilai *variance inflation factor* ≥ 10 maka terdapat multikolonearitas yang dimana pengujian tersebut akan dikatakan baik (Ramadhany et al., 2021: 451).

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Menilai ada ketidaksamaan versi dari sisa semua pemantauan di model regresi linear ialah pengertian dari uji heteroskedastisitas. Jika asumsinya tidak terpenuhi maka akan dinyatakan tidak valid. Cara untuk melihat bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas ini adalah dari alur grafik antara nilai dugaan variabel terikat dan residual. Titik penyebaran yang berada diatas dan dibawah nol pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ramadhany et al., 2021: 451). Untuk pengujian heteroskedastisitas menggunakan metode uji *Spearman Rho* disetiap variabel independennya dengan mengorelasikan nilai residual tersebut. Jika hasil pengujian model ini dnegan probabilitasnya > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Firdaus et al., 2020: 36).

3.10 Uji Pengaruh

3.10.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini memakai metode analisis regresi linear berganda. Teknik dimana melibatkan dua variabel bahkan lebih untuk mengupas seberapa besar hubungan serta pengaruh dari variabel independen tersebut ini ialah arti dari analisis regresi linear berganda (Siswati & Evyanto, 2021: 7). Teknik analisis ini menggunakan rumus berikut (Ma'ruf & Irwan Padli Nasution, 2020: 117):

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi

X₁ = Pelayanan

X₂ = Kualitas Produk

X₃ = Promosi

e = *Error term*

3.10.1 Koefisien Determinasi (R²)

Dalam pengujian ini dilakukan untuk mencari tahu mengenai hubungan antara variabel terikat serta variabel bebas bersamaan (Ramadhany et al., 2021: 452).

3.11 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ialah satu syarat untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis nol. Hipotesis merupakan ketetapan yang dibuat dengan ketidakpastian

karena hipotesis tersebut bisa benar dan salah (Jayantika, 2018: 19). Dalam pengujian hipotesis dapat memakai uji t dan uji f. uji t mengetes masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan uji f mengetes dua variabel secara bersamaan terhadap variabel terikat (Febriyani & Siagian, 2020: 31).

3.11.1 Uji T

Demi mendapatkan hasil pengaruh dan variabel mana yang terbukti ini perlu untuk melakukan uji T (Sunarsi, 2020: 11). Dalam tahap pengujian ini akan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2} \quad \text{Rumus 3.5 Uji T}$$

3.11.2 Uji F

Untuk mendapatkan variabel yang terbukti akan pengaruhnya ke variabel yang lainnya maka dapat dilakukan uji F (Sunarsi, 2020: 11). Tahap pengujiannya menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-3)} \quad \text{Rumus 3.6 Uji F}$$