

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan analisis dekriptif, yaitu suatu strategi penelitian berupa angka dan investigasi yang memanfaatkan wawasan yang ditentukan untuk menguji hipotesis yang digunakan (Nofianti, 2017). Teknik yang dipakai adalah review dengan kuesioner yang bertujuan untuk menentukan berapa besar pengaruh potongan harga, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Guardian Grand Batam Mall. Kuesioner dilakukan dengan menggunakan pengukuran skala likert.

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitiannya adalah replika dan perbaikan, yaitu sebuah penelitian yang seperti penelitian terdahulunya namun dengan berbagai objek, variabel, dan periode. Yang membedakan dalam penelitian ini adalah pada objek penelitian dan jangka waktu penyelesaian penelitian (Duli, 2019).

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi

Penelitian ini dilakukan pada Guardian Grand Batam Mall yang beralamat Jl. Pembangunan Nagoya LG06, Kel. Batu Selicin, Kec. Lubuk Baja, Batam-Riau.

3.3.2 Periode Penelitian

Berdasarkan waktu penelitiannya, menggunakan *cross section* karena menggunakan waktu sesuai dengan jangka waktu penelitian (Duli, 2019). Periode dan jadwal penelitian dijelaskan dalam tabel 3.1 berikut:

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Kegiatan	Pertemuan													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Identifikasi Masalah	■													
Studi Pustaka		■	■	■										
Metodologi Penelitian					■	■								
Pengambilan Data							■	■	■	■				
Pengolahan Data										■	■			
Penyusunan Laporan											■	■		
Kesimpulan													■	■

Sumber : Peneliti, 2021

3.4 Populasi Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi meliputi keseluruhan himpunan yang diteliti, yang akhirnya akan digeneralisasikan hasilnya. Populasi merupakan kesamaan indikator yang memiliki karakter yang dipakai untuk menarik kesimpulan (Kusumastuti et al., 2020). Populasi yang digunakan pada penelitian ini ialah semua *customer* yang berbelanja di Guardian Grand Batam Mall, sehingga populasinya tidak dapat diketahui atau tidak terhingga.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Nofianti, 2017). Dalam studi ini untuk sampel yang digunakan menggunakan rumus Jacob Cohen (Hikmah, 2020), karena untuk memastikan jumlah tes dengan populasi lengkap yang tidak diketahui dengan pasti atau tak terhingga, maka dapat menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$N = \frac{L}{F^2} + u + 1$$

Rumus 3. 1 Rumus Jacob Cohen

Sumber : (Hikmah, 2020)

Keterangan:

N = Jumlah sampel

F² = Efek ukuran (0,1)

u = Banyaknya perubahan yang terkait dalam penelitian

L = Fungsi power(u), hasil tabel power = 0,95

Dari rumus dapat diambil sampel dengan harga L tabel (t.s=1%)= 0,95 , serta u= 19,76.

Maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} N &= \frac{L}{F^2} + u + 1 \\ N &= \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1 \\ N &= 203,6 = 204 \end{aligned}$$

Sehingga dari hasil perhitungan rumus Jacob cohen diatas jumlah sampel yang digunakan untuk kuesioner adalah 204 responden.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan simple random sampling karena pengambilan sampel akan dilakukan secara acak dan dianggap homogen (Nofianti, 2017). Teknik *simple random sampling* merupakan bagian dari *probability sampling* ialah teknik yang memberikan peluang pada setiap karakteristik sampelnya tanpa terbatas untuk dapat dipilih menjadi anggota sampelnya (Sugiyono, 2018).

3.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer

Data yang dapat dilihat secara langsung oleh peneliti dalam suatu peristiwa yang terjadi (Priyono, 2017).

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan sesuatu yang telah dikumpulkan oleh orang lain kemudian sebagai kepentingan tambahan seperti alat pengolahan data dari sumbernya yaitu internal perusahaan, jurnal, buku, dan sumber lain yang tidak diambil secara langsung oleh peneliti (Zakariah et al., 2020).

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan wawancara, survey dan dokumentasi. Instrumen yang digunakan dalam penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada 204 *customer* yang berbelanja ke Guardian Grand Batam Mall sebagai responden. Pengukuran responden menggunakan skala *likert* (Sugiyono, 2018)

untuk mengkalkulasikan jawaban responden. Dalam penelitian ini terdapat 17 pernyataan yang terdiri dari:

1. Potongan Harga sejumlah 4 pernyataan
2. Promosi Penjualan sejumlah 5 pernyataan
3. Kualitas Pelayanan sejumlah 5 pernyataan
4. Kepuasan konsumen sejumlah 3 pernyataan

Skala *likert* merupakan instrument yang memiliki nilai dari persetujuan yang jelas hingga ketidaksetujuan yang jelas. Berikut tabel kalkulasi skala *likert* :

Tabel 3. 2 Skala Likert

Kode	Skala <i>Likert</i>	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Duli, 2019)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel yaitu salah satu sifat yang pengertiannya dijabarkan dan dapat di definisikan sehingga dapat diobservasi (Kusumastuti et al., 2020). Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel dimana terdiri dari 3 variabel bebas (*independent variabel*) yaitu Potongan Harga, Promosi Penjualan, dan Kualitas Pelayanan. Dan variabel terikat (*dependent variabel*) yaitu kepuasan konsumen. Berikut definisi operasional variabelnya tabel 3.3.

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Potongan Harga (X1)	Potongan harga merupakan hasil kalkulasi dari pengurangan harga awal dalam daftar yang di setuju penjual kemudian di berikan ke pembeli yang menggambarkan fungsi pemasran dan menyediakan fungsi tertentu (Agisnawati, 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. membeli dalam jumlah yang banyak 2. Mengantisipasi promosi bersaing 3. Mendukung penjualan dalam jumlah yang lebih besar 4. Hemat 	Likert
2	Promosi Penjualan (X2)	Promosi penjualan adalah tindakan yang bersifat ajakn, menawarkan manfaat tambahan atau kekuatan motivasi untuk membeli suatu barang, kepada pengecer, pedagang, atau konsumen (Sarie, 2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi promosi 2. Kualitas promosi 3. Kuantitas promosi 4. Waktu promosi 5. Ketepatan 	Likert
3	Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan ialah pandangan presepsi positif dari penilaian konsumen dalam berbelanja disuatu perusahaan, konsumen sebagai pembeli dan mengkonsumsi produk atau jasa perusahaan (Haryoko & Pasaribu, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan (Reliabilitas) 2. Ketanggapan (Responsivitas) 3. Jaminan (Assurance) 4. Empati (Empathy) 5. Bukti Fisik (Tangibles) 	Likert
4	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah suatu perbandingan penerimaan yang diperoleh konsumen dengan suatu hal yang diharapkan dari sebuah produk dan jasa yang menimbulkan respon baik senang ataupun kecewa (Ade, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian Harapan 2. Niat Beli Ulang 3. Kesiediaan Untuk Merekomendasi 	Likert

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Mukhid, 2021) analisis statistik deskriptif ialah data yang menggambarkan atau mendeskripsikan suatu analisis yang terkumpul yang dapat dimanfaatkan sebagai tujuan akhir, biasanya sebagai tabel, ilustrasi, diagram lingkaran, pictogram, median, mean, standar deviasi dan perhitungan laju. Dengan memanfaatkan program aplikasi SPSS, informasi yang telah dikumpulkan dapat dicoba untuk melihat pengaruh faktor bebas dan variabel terikat (Riyanto & Hatmawan, 2020). Berdasarkan (Putri dkk., 2020) maka dapat ditentukan kriteria setiap skor rata – rata pertanyaan dengan menggunakan rentang skala likert berikut :

Tabel 3. 4 Tabel Penentuan rata-rata skor

Rentang Skala	Kriteria
1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
1,81-2,60	Tidak Baik
2,61-3,40	Cukup
3,41- 4,20	Baik
4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber: (Putri dkk, 2020)

Dalam menetapkan kriteria setiap total skor maka rentang skala yang digunakan ialah rumus:

$$RS = \frac{N(M-1)}{M}$$

Rumus 3. 2 Rentang Skala

Sumber: (Nassrulloh , 2018)

Keterangan :

RS = Rentang Skala

N = Total Sampel

M = Total alternative tanggapan tiap item

$$RS = \frac{204(5-1)}{5} = 163,2$$

Hasil rentang skala pada perhitungan diatas menunjukkan nilai 163,2 dapat di tentukan untuk menghitung kriteria setiap total skor pernyataan, sehingga bentuk tabel berikut:

Tabel 3. 5 Rentang Skala Total Skor

Rentang Skala	Kriteria
204 – 367,2	Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah
367,3 – 530,5	Tidak Baik/Rendah
530,6 – 693,7	Cukup/Sedang
693,8 – 856,9	Baik/Tinggi
857 - 1020	Sangat Baik/Sangat Tinggi

3.8.2 Uji Kualitas Data

Hal ini merupakan penelitian yang dipengaruhi oleh hasil penelitian dan pengujian kualitas data. Untuk memperoleh kualitas data yang baik, maka diperlukan alat legitimasi informasi melalui validitas dan reliabilitas (Duli, 2019).

3.8.2.1 Uji Validitas

Kemampuan sebuah tes untuk dapat diukur bahwasannya uji tes yang dilakukan tidak menyimpang dari kaidah yang sebenarnya, supaya hasil yang di dapat dari pengujian dapat dipertanggung jawabkan oleh peneliti (Saputra, 2020). Maka kaidah yang terdapat ialah apabila uji validitas memakai jumlah responden yang di hitung dari rumus $df = n - 2$ sehingga untuk mendapat kan r tabel maka dibunyikan dengan kevalidan jika r hitung lebih tinggi dari r tabel maka kevalidan sah, sebaliknya jika r hitung lebih rendah dari r tabel maka tidak valid sebuah data yang dikumpulkan atau di uji.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018) suatu instrumen relatif konsisten terjadi apabila dapat dilakukan berulang kali hasilnya akan konsisten maka data yang diuji akan dapat dipercaya jika korelasi yang tinggi dengan skor yang sebenarnya. Dalam menguji reliabel pada penelitian ini maka digunakan metode Cronbach's Alpha. Kriteria reliabel dengan melihat nilai Cronbach's Alpha, dengan asumsi nilai Cronbach's Alpha lebih tinggi dari 0.6 maka disebut pernyataan tersebut reliabel ((Riyanto & Hatmawan, 2020).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian regresi berganda maka ada beberapa asumsi sebagai tinjauan asumsi yang digunakan yaitu uji asumsi klasik (Nofianti, 2017).

3.8.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Rukajat, 2018) Uji normalitas digunakan untuk melihat tingkat normalitas data yang dilakukan, apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Tingkat normalitas data sangat penting, karena dengan data yang berdistribusi normal, data tersebut dianggap sudah mewakili populasi. Penggunaan model regresi untuk prediksi akan menghasilkan kesalahan (disebut residual), yaitu perbedaan antara data aktual dengan data yang diperkirakan. Residu harus terdistribusi secara normal. Pada SPSS akan digunakan fasilitas Kolmogrov-Smirnov One Sample Test, Histogram dan Normal Probability Plot untuk menentukan normalitas residual dari model regresi. Jika

menggunakan uji One Sample kolmogrov Simornov, data dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikan (Asymp. Sig 2- tailed) lebih dari 0,05.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu kondisi di mana terdapat hubungan langsung yang ideal atau mendekati sempurna antara variabel bebas dalam model regresi. Sebuah model regresi dikatakan memiliki multikolinieritas dengan asumsi bahwa ada linier yang ideal pada beberapa atau masing-masing variabel bebas dalam fungsi linier. Terlebih lagi hasilnya sulit untuk mendapatkan dampak antara faktor bebas dan lingkungan. Model regresi yang baik seharusnya tidak adanya korelasi diantara variabel yang mempengaruhi.

Gejala multikolinieritas dapat dikenali melalui pengujian yang mengidentifikasi dan menguji apakah kondisi yang dibingkai menunjukkan indikasi multikolinieritas. Salah satu dari berbagai cara untuk mengenali gejala multikolinieritas adalah dengan menggunakan atau memeriksa instrumen uji yang disebut Variance Inflation Factor (VIF).Kriteria untuk melihat apakah variabel bebas memiliki hubungan dengan variabel terikat lainnya dapat dilihat tergantung pada nilai VIF. Dengan asumsi nilai VIF di bawah 10, menunjukkan bahwa model tidak memiliki gejala multikolinieritas, yang menyiratkan bahwa tidak ada hubungan antara variabel bebas (Rukajat, 2018).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi karena adanya perubahan keadaan yang tidak tergambar dalam detail model regresi. Secara keseluruhan, heteroskedastisitas terjadi

dengan asumsi bahwa sisanya tidak memiliki perubahan yang konsisten. Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah ada kesamaan variansi atau tidak, dimana diketahui jika memiliki kesamaan maka dikatakan homoskedastisitas (Rukajat, 2018).

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode grafik, yaitu dengan melihat pola titik-titik pada scatterplot. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Rukajat, 2018).

3.8.4 Uji Pengaruh

Dalam mendalami penelitian untuk mengetahui dampak pada setiap variabel independen maka diperlukan uji pengaruh yang terdiri dari regresi linier berganda dan koefisien determinasinya (R^2).

3.8.4.1 Analisa Regresi Linier Berganda

Regresi berganda ini merupakan hal yang sama dengan regresi sederhana, namun pada item variabelnya lebih dari satu yaitu dua atau lebih dimana hasilnya di jabarkan dalam persamaan berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Rumus 3. 3 Persamaan Regresi Linear Berganda

Sumber: (Rukajat, 2018)

Keterangan:

Y = Kepuasan konsumen

α = Konstanta

X_1 = Potongan Harga

- X_2 = Promosi Penjualan
 X_3 = Kualitas Pelayanan
 ε = Variabel pengganggu

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinan

Koefisien determinasi (R^2) serupa dengan koefisien determinasi majemuk dan setara koefisien r^2 . Sementara itu, r^2 mengukur kebaikan (*goodness-of-fit*) dari persamaan regresi, yang memberikan tingkat variasi total dalam variabel dipengaruhi (Y) yang diperjelas oleh hanya satu variabel bebas (X). selain itu, r adalah koefisien koneksi yang menjelaskan hubungan langsung terdekat antara dua faktor, nilainya bisa negatif dan positif. Sementara itu, R adalah berbagai koefisien koneksi yang memperkirakan derajat hubungan antara variabel terikat (Y) dan semua faktor bebas yang mengklarifikasi bersama dan nilainya pasti secara positif. (Trisliatanto, 2020).

3.9 Uji Hipotesis

Pada penelitian ini bentuk hipotesis yang dipakai ialah bentuk hipotesis asosiatif, merupakan dugaan sementara atas keterkaitan antara dua variabelnya ataupun lebih. Uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikansi koefisien regresi linear berganda secara parsial yang sekait dengan pernyataan hipotesis penelitian (Nofianti, 2017).

3.9.1.1 Uji T

Sebagaimana ditunjukkan oleh (Nofianti, 2017), uji T dilakukan untuk melihat hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat dimana untuk menjawab dari hasil hipotesis hubungan secara parsial. Ketentuannya dilakukan berdasarkan hasil signifikan yang telah ditetapkan sebagai standar *error* data, yaitu 5% ($\alpha = 0,05$). Dengan berdasarkan nilai signifikan variabel ialah kurang dari 0,05, maka H_a diterima serta terjadi penolakan terhadap H_0 . Atas asumsi nilai signifikansi adalah lebih dari 0,05, maka H_a ditolak sebaliknya H_0 diterima.

3.9.1.2 Uji F

Menurut (Darma, 2021) pada pengujian F dilakukan untuk memperlihatkan apakah setiap variabel bebas dapat mempengaruhi secara simultan terhadap variabel terikat dan tingkat signifikan yang ditentukan sebelumnya (5% atau 0,05). Dengan tingkat signifikan tertentu, dengan ketentuan $F_{hitung} < F_{tabel}$, H_a ditolak, sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_a diterima. Dapat diketahui jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, H_0 diakui dan H_a tidak bisa diakui. Namun, dengan asumsi nilai signifikansi adalah 0,05 lebih, H_0 tidak diterima dan H_a diakui. Uji F digunakan sebagai pengukur hipotesis apakah berdampak simultan dari variabel bebas terhadap variabel terikat atau tidak sama sekali. Saat menguji hipotesis regresi, penggunaan uji F sangat penting untuk menilai dampaknya terhadap variabel dependent atau variabel independent. investigasi perbedaan atau ANOVA dapat digunakan untuk memperjelas uji F .