

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini merupakan metode kuantitatif, penelitian ini didasarkan oleh sumber dan fakta yang benar-benar terjadi. Pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan kuesioner dan pengumpulan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Data ini diambil dari kuesioner yang akan dibagikan kepada responden dan terkait dengan masalah penelitian.

3.2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini yaitu replikasi yang dilakukan dengan cara data dikumpulkan dari sampel baru pada waktu dan tempat yang berbeda dengan penelitian asli yang direplikasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini dilakukan di PT Maxim Indonesia cabang Kota Batam.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini dilakukan dan ditujukan kepada penduduk yang bertempat tinggal di Kota Batam.

3.3.2. Periode Penelitian

Penelitian ini dilakuakn tahun 2022, berkisar pada bulan Maret sampai Agustus dan data telah disamakan sesuai dengan periode penelitian pada saat ini. Tahap ini dipilih dengan pertimbangan untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Nama Kegiatan	Pertemuan Minggu Ke													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Pengajuan Penelitian	■	■	■	■										
Penyusunan langkah penelitian				■	■	■								
Pengumpulan materi dan bahan						■	■							
Penyebaran kusioner							■	■	■					
Perhitungan hasil										■	■	■	■	
Penyelesaian skripsi													■	■

Sumber: Peneliti, 2022

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi yaitu total dari seluruh unit penelitian atau unit analisis yang dimana diselidiki karakteristiknya. Populasi terbagi menjadi dua yaitu populasi sampling dan populasi sasaran (Djaali 2021). Yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menggunakan jasa transportasi online maxim di Kota Batam. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 25 ribu yang berada di wilayah Sungai Panas.

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel adalah bagian dari karakter global yang dimiliki populasi. Jika ukuran populasi besar, peneliti tidak akan dapat mengetahui seluruh isi populasi (Sugiyono 2018). Pengambilan sampel dari populasi mengharuskan mewakili dari populasi. Karena terlalu luasnya populasi maka peneliti menggunakan rumus Jacob Cohen guna mencari jumlah sampel dengan rumus berikut ini:

$$N = L / f^2 + u + 1$$

Rumus 3.1 Jacob Cohen

Keterangan:

N = Sampel

f^2 = Efek ukuran

U = Banyaknya perubahan yang terkait dalam penelitian

L = Fungsi Power dari u, diperoleh dari tabel power (p)=0.95 dan efek ukuran

(f^2) = 0.1

Harga L tabel dengan t.s 1% power 0.95 dan $u = 5$ adalah 19.76 Maka dengan formula tsb diperoleh ukuran sampel

$$N = 19.76 / 0.1 + 5 + 1 = 203,6, \text{ dibulatkan } 204$$

3.5. Sumber Data

3.5.1 Sumber Data Primer

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner yang akan diisi oleh masyarakat yang telah menggunakan layanan transportasi online secara maksimal di Kota Batam.

3.5.2 Sumber Data Sekunder

Metode pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini adalah melalui studi pustaka yang diambil dari jurnal dan juga buku sebagai referensi penelitian ini.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu dengan menyebarkan kusioner melalui *google form*. Peneliti membagikan kusioner kepada masyarakat yang berdomisili di Kota Batam guna untuk mendapatkan data primer.

Peneliti menggunakan pengukuran skala *likert*. Menurut Jaya (2020) skala *likert* yaitu pertanyaan yang diajukan kepada tingkat kesetujuan terhadap responden. Responden mampu menjawab pertanyaan yang diberikan peneliti mengenai apa yang diteliti.

Menurut Jaya (2020) Teknik yang digunakan dalam pemberian skor yakni menggunakan skala likert dengan cara memberi skor yang sesuai dengan kata-kata berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Kategori	Singkatan	Skor
1	Sangat setuju	SS	5
2	Setuju	ST	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber : Peneliti, 2022

3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel merupakan sesuatu yang didefinisikan oleh pencari berdasarkan pencarian yang dilakukan atau properti dari suatu objek. Variabel bebas yang digunakan adalah kualitas pelayanan (X1) dan persepsi harga (X2) dan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen (Y).

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualiatas pelayanan merupakan keputusan sikap sesuai dengan pengalaman yang kita punya. Penilaian tentang suatu kelebihan dari produk ataupun jasa disebut dengan kepuasan. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapan nya (Leonardo and Riki 2021).

Beberapa indikator kualitas pelayanan menurut (Aswad et al. 2018) yakni:

- a. Realibilitas (*reability*)
- b. Daya tanggap (*responsiveness*)
- c. Jaminan (*assurance*)
- d. Empati (*empathy*)
- e. Bukti fisik (*tangibles*)

2. Persepsi Harga (X2)

Keputusan pelanggan dapat memberi pengaruh pada persepsi harga untuk mengambil keputusan dalam melakukan suatu pembelian produk (Junior et

al. 2019). Terdapat beberapa indikator harga menurut (Aswad et al. 2018)

yakni:

- a. Kesesuaian harga
- b. Dugaan harga dan kegunaan
- c. Keterjangkaun harga
- d. Kompetisi harga
- e. Sesuaiannya harga dengan kualitasnya

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah elemen paling penting dalam upaya meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan maupun organisasi maka disebut sebagai darah pada kehidupan perusahaan. (Gandhy and Safrianto 2020). Adapun beberapa indikator kepuasan pelanggan (Setyo 2017) yakni:

- a. Terpenuhinya keinginan konsumen
- b. Merekomendasikan kepada orang lain
- c. Keinginan atau sikap untuk menggunakan produk
- d. Kualitas layanan
- e. Reputasi yang baik
- f. Lokasi

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualiatas pelayanan merupakan keputusan sikap sesuai dengan pengalaman yang kita punya. Penilaian tentang suatu kelebihan dari produk ataupun jasa disebut dengan kepuasan.	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>tngibles</i>)	Skala Likert
Persepsi Harga(X2)	Keputusan pelanggan dapat memberi pengaruh pada persepsi harga untuk mengambil keputusan dalam melakukan suatu pembelian produk	1.Kesesuaian harga 2.Dugaan harga dan kegunaan 3.Keterjangkaun harga 4.Kompetisi harga 5.Sesuaiannya harga dengan kualitasnya	Skala Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah elemen paling penting dalam upaya meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan maupun organisasi maka disebut sebagai darah pada kehidupan perusahaan. (Gandhy and Safrianto 2020). Adapun beberapa indikator kepuasan pelanggan	1.Terpenuhinya keinginan konsumen 2.Merekomendasikan kepada orang lain 3.Keinginan atau sikap untuk menggunakan produk 4.Kualitas layanan 5.Reputasi yang baik 6.Lokasi	Skala Likert

Sumber : Peneliti, 2022

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi dan juga membuat gambaran umum mengenai variabel-variabel yang akan diteliti. Variabel-variabel yang diteliti akan dibentuk menjadi sebuah grafik histogram berupa data kelompok dan juga distribusi frekuensi data kelompok (Satyaninrum et al. 2022).

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan guna mengukur ketepatan dan kecermatan sebuah alat ukur (Rukajat,2018:7).

3.8.2.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas berfungsi untuk memberikan tampilan mengenai kemampuan instrumen suatu penelitian guna menampilkan data terpercaya. *Alpha Chronbach* dilakukan untuk melakukan uji realibilitas. (Ajak Rukajat, 2018:9) Variabel adalah reliable jika hasil dari *Alpha Chronbach* $> 0,60$.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat tingkat normal pada suatu data yang dipakai lalu dimasukkan kedalam model penelitian (Handoko 2017). Tingkat Normalitas pada suatu data menjadi aspek yang sangat penting karena apabila suatu data terdistribusi normal maka dapat dianggap mampu mewakili populasi.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji ini dilakukan guna menyakinakan dan melihat bahwa variabel–variabel independen dalam penelitian ini tidak saling memberi pengaruh antara satu sama lain. Nilai Tolerance pada uji ini yang terdapat di kolom Collinearity Statistic menunjukkan nilainya lebih kecil dari 1 atau dapat juga dilihat dari nilai VIF yang bernilai wajib lebih kecil dari 5 (Handoko 2017).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Keadaan terjadi sebuah ketidaksamaan varian dari suatu residu model regresi disebut sebagai Uji Heteroskedastisitas (Setyo 2017). Model regresi seharusnya tidak mempunyai heteroskedastisitas yaitu dengan cara memprediksi dengan patokan apabila nilai signifikansinya diatas 0,05.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) maka bisa didapatkan dengan melakukan cara pengujian ini dengan rumus:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad \textbf{Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda}$$

Dimana:

Y = Variabel tidak bebas

α = Konstanta

β = Nilai Koefisien Regresi

X1, X2= Variabel bebas

E = Variabel bebas ke-n

3.8.4.2 Analisa Koefisien Determinasi R^2

Analisis koefisien determinasi digunakan guna mengetahui signifikansi persen pengaruh langsung antara variabel independen Kualitas Pelayanan (X1), Persepsi Harga (X2) terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Statistik (T-test)

Seberapa banyak terdapat pengaruh pada satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel terikat dapat dilihat menggunakan uji statistik t (Setyo 2017). Uji-t ini disebut sebagai uji parsial yang menyangkut melakukan uji pada seberapa pengaruh setiap variabel independen secara independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai probabilitas bernilai 0,05, disimpulkanlah bahwasannya tidak ada pengaruh yang signifikan antar setiap variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.9.2 Uji Statistik (F-test)

Uji statistik F pada umumnya memperlihatkan apakah seluruh variabel bebas yang diletakkan kedalam sebuah model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. 0,05 adalah patokan tingkat kepercayaannya (Setyo 2017).