

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Berdasarkan kepada penelitian ini (Surjaweni, 2015:71) Desain penelitian merupakan sebuah prosedur maupun pedoman dan teknik dalam merencanakan sebuah penelitian yang bermanfaat sebagai panduan untuk mengembangkan strategi yang dapat menciptakan modal.

Metode penelitian yang dipakai akan sesuai dengan masalah dan tujuan oleh penelitian tersebut, Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan. Filosofi positifisme berlandaskan dengan penelitian metode kuantitatif, dipakai dalam penelitian sampel maupun populasi tertentu, pengumpulan data memakai instrument, analisis yang sifatnya kuantitatif/statistic, dengan menguji hipotesis yang akan digunakan maupun ditetapkan. Desain penelitian yang akan diguna sebagai penelitian kuasalitas

3.2. Operasional Variabel

Menurut pengertian dari Erlina, (2011:48) memberikan informasi tentang bahwasannya “Operasional adalah untuk menceritakan karakteristik benda menjadi elemen yang dapat diamati yang menyebabkan konsep diukur dan dioperasikan menjadi penelitian. Masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian harus memiliki definisi yang jelas. itu akan mengarah pada pemahaman yang berbeda, variabel operasional dimaksudkan sebagai berikut

3.2.1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Penulisan Stanton dalam (Ofela, 2016:3), terdapat empat indikator yang mengklasifikasikan harga merupakan :

1. Harga (X1)

Adapun jurnal Stanton dalam (Ofela, 2016:3), terdapat empat yang menunjukkan harga ialah:

1. Keterjangkauan dalam harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing dalam harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

2. Promosi (X2)

Penulisan Swastha dan Sukotjo dalam (Ngatawi, 2011:62) ada lima indikator promosi yang akan digunakan untuk dapat mengukur promosi merupakan :

1. Iklan
2. Promosi penjualan
3. Penjualan perseorangan
4. Hubungan masyarakat
5. Penjualan langsung

3. Kualitas Pelayanan (X3)

Indikator kualitas pelayanan menurut Simamora dalam (Nilasari & Istiatin, 2015:4) adalah sebagai berikut:

1. Ketanggapan (*Responsiveness*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Empati (*Emphaty*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Bukti langsung (*Tangibles*)

3.2.2. Variabel Terikat (*DependentVariable*)

Pengertian dalam menurut seorang ahli (Sarwono, 2012:12) variabel dependen merupakan variabel yang dapat mengetahui respons maupun reaksi jika dikaitkan dengan variabel independen. Variabel ini adalah variable diukur mapun diamati dalam menentukan efek yang disebabkan oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y). Dan itu bisa dijadikan indikator kepuasan pelanggan, yaitu:

Menurut Kotler dalam (Zain, 2013:106) menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Indikator Kepuasan Pelanggan dapat dilihat dari :

1. Kesesuaian harapan
2. Pembelian ulang kembali (Repeat order)
3. Ksediaan merekomendasikanm

Tabel 3. 1.Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Harga (X1)	Harga menjadi nilai agregat dari semua hal yang diberikan produsen terhadap pelanggan dalam mendapatkan keuntungan memiliki salah satu atau menggunakan dalam suatu produk dan jasa	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Likert
Promosi (X2)	Promosi adalah informasi yang berupa pengetahuan mengenai produk yang ditawarkanmengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain untukmempengaruhi sikap dan perilaku	1. Iklan 2. Promosi Penjualan 3. Penjualan perseorangan 4. Hubungan masyarakat 5. Penjualan langsung	Likert
Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas layanan adalah salah satu variabel signifikan yang berperan sebagai salah satu kepuasan pelanggan juga disebut faktor terpenting dalam mempengaruhi harga, keputusan pembeli dan kepuasan maupun kualitas produk	1. Ketanggapan 2. Keandalan 3. Empati 4. Jaminan 5. Bukti langsung	Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan Pelanggan merupakan ini disebut juga perasaan kecewa ataupun senang seseorang yang akan muncul melalui dengan membandingi kinerja produk yang pakai untuk diharapkan	1. Kesesuaian harapan 2. Pembelian ulang kembali 3. Kesiediaan untuk merekomendasikan	Likert
Sumber : (Bailia, Soegoto, & Loindong, 2014:1770) (Faradina & Satrio, 2016:3),(Nilasari & Istiatin, 2015:4) (Ofela, 2016:5)			

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Pengertian populasi dalam artikel buku (Surjaweni, 2015:80) Populasi merupakan jumlah total yang terdiri dari subjek maupun objek yang memiliki karakteristik dan juga kualitas yang akan ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulan. Jumlah data populasi dalam penelitian ini sebanyak 169 konsumen yang dipungut sejak January tahun 2019 sampai Juni 2019

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari sejumlah karakteristik yang akan dimiliki populasi dalam menggunakan untuk penelitian. Dilihat dari populasinya jika besar, maka penelitian tersebut memungkinkan tidak dapat semuanya untuk riset massal karena keterbatasan waktu, energi, dan dana, sehingga para peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Cara untuk mengetahui sampel yang diambil maka kita gunakan rumus slovin, sebagai berikut:

Informasi:

n : sebagai jumlah sampel

N : sebagai Ukuran sampel

e : sebagai Tingkat kesalahan : 5 %

$$n = \frac{n}{1 + n(e)^2}$$

$$n = \frac{169}{1 + 169(0,05)^2}$$

$$n = \frac{169}{1 + 169(0,0025)}$$

$$n = \frac{169}{1+0,42225} = 118,815 = 119 \text{ orang}$$

Dengan menggunakan hitungan rumus memakai Slovin maka dapatlah sampel sejumlah 119 pelanggan. Dan cara untuk mendapatkan sampel dari populasi, menggunakan teknik *Simple Random Sampling* , yaitu pengambilan populasi dengan sampel dengan secara acak terlepas dari tingkatan yang ada pada populasi tersebut.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Berbagai cara penghimpunan data (Sanusi, 2011:105) penelitian ini menggunakan teknik yang dibawah ini:

1. Wawancara adalah sebuah teknik dalam pengumpulan data yang digunakan secara verbal untuk subjek penelitian. Saat mengajukan pertanyaan, peneliti dapat berbicara langsung terhadap responden itu sendiri
2. Kuisioner adalah teknik dalam pengumpulan data tidak membutuhkan paparan yang cukup yang didahului pertanyaan yang didaftarkan
3. Observasi adalah metode pengumpulan data yang prosesnya dengan melalui sebuah objek, subjek maupun kejadian-kejadian yang teratur dengan tidak melalui sebuah pertanyaan

3.4.1. Instrumen Penelitian

Tingkatan skala dipakai dalam penelitian ini merupakan skala likert. Skala likert juga dapat diartikan sebagai skala berdasarkan kepada jumlah jawaban reponden dalam respons sebuah pertanyaan yang kaitannya dengan indikator konsep maupun variabel yang diperkirakan (Sanusi, 2011: 59). Skala likert ini memakai nilai 5 skor sistematis dengan perincian dibawah ini:

NO	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5. Metode analisis data

Peneliti wajib memilih metode statistik untuk mendapatkan kesimpulan yang logis. Apakah metode statistik yang akan dipilih atau tidak setidaknya ditentukan oleh studi objektif dan skala pengukuran variabel penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah tujuan pengujian hipotesis, yaitu tes kausalitas (Sanusi, 2011:115).

3.5.1. Analisis Deskriptif

Jika peneliti ini mempunyai maksud dalam menjelaskan data dari variabel yang akan diteliti (Sanusi, 2011: 116). Peneliti wajib menggunakan statistik deskriptif. Untuk mendapatkan sebuah ukuran deskriptif yang sering dipakai

hanya menggambarkan data penelitian ialah rata-rata frekuensi. Untuk analisis tren, analisis tren biasanya digunakan.(Sanusi, 2011:116).

3.5.2. Uji Kualitas Data

Data adalah hal yang cukup penting dalam penelitian karena data juga dapat disebut sebagai sebuah ilustrasi dari variabel yang ingin diteliti sebagaimana berfungsi untuk tempat sarana pernyataan bukti dari hipotesis. Data yang sebelumnya diproses akan diproses terlebih dahulu lalu, tingkat validitas dan maupun data itu sendiri harus diuji menggunakan uji kualitas data. Uji kualitas data dapat dilakukan melalui realibilitas instrumen serta uji validitas. Supaya data yang nantinya diperoleh akan reliabel serta valid, instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan dapat diandalkan. Suatu instrumen dikatakan valid jika ukuran yang seharusnya diukur sesuai(Sanusi, 2011:76).

3.5.2.1.Pengujian Validitas Instrumen

Validitas instrumen dapat diketahui melalui hubungan masing-masing skor yang telah didapatkan dan melalui pertanyaan akhir skor total. Validitas instrumen juga dapat dikatakan melalui korelasi antara skor yang dapat diadakan dengan masing-masing skor dan nilai total tersebut. Mengukur atau mengambil data. Cara yang akan dipakai untuk menemukan nilai korelasi ialah korelasi *Pearson Product Momeent* yang diatur dibawah ini:(Sanusi, 2011:77).

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3.1 Korelasi Pearson Product Moment

Sumber: (Sanusi, 2011:77)

Dimana:

r = Sebagai Koefisien korelasi

X = Sebagai Skor butir masing-masing

Y = Sebagai Skor total butir setiap

N = Sebagai Jumlah sampel (responden)

Perbandingan nilai r dan nilai R tabel melalui derajat bebas ($n-2$). Aturan yang dapat dipakai didalam uji validitas ini (Sanusi, 2011:77) merupakan :

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel, dikatakan bahwa instrumen dipakai adalah valid.
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel, dikatakan bahwa instrumen dipakai adalah tidak valid.

3.5.2.2. Uji Realibilitas Data

Keandalan ataupun Realibilitas alat ukur yang menunjukkan ketetapan hasil ukur apabila orang sama memakai disaat waktu yang berbeda (Sanusi, 2011:80). Hitungan realibitas juga akan dilakukan pada masing-masing pertanyaan atau pernyataan valid Metode ukur ulang merupakan pertanyaan yang sama yang diberikan kepada responden yang sama pada waktu yang berbeda. Diharapkan waktunya tidak terlalu dekat dan tidak terlalu lama untuk menghindari bias daya (Sanusi, 2011:81)

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum b^2}{\sigma^2} \right) \text{ Rumus 3.1 Reliabilitas Tes Objektif}$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrument

K : Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma b2$: Jumlah varian pada butir pertanyaan

$\sigma 1^2$: Variansi total

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0.05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data Reliabel atau tidak jika: nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis product moment, atau nilai r tabel. Dapat pula dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, misalnya 0.6. nilai yang kurang dari 0.6 dianggap memiliki reliabilitas yang kurang.

Beberapa peneliti berpengalaman merekomendasikan dengan caramembandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut ini.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1. Uji normalitas

Menurut (Sanusi, 2011:62) Uji normalitas bisa digunakan melalui cara *HistogramRegression Residual* telah standard atau normal, analisis *Chi Square*, akan memakai *Kolmogorov-Smirnov*, karena nilai kurva residual yang telah distandarkan dinyatakan normal apabila nilai *Kolmogorov-Smirnov* $Z < Z_{tabel}$, Maka dalam gambar membentuk sebuah lonceng *Bell-Shaped curve* menggunakan metode *P-P Plot* juga akan berwujud garis-garis kecil sekitar area diagonal tersebut ini akan digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

3.5.3.2. Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas adalah hubungan linear sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Uji multikolineritas ini sendiri juga bertujuan sebagai pengetahuan bahwasannya bisakah korelasi bertemu dengan model regresi antara variabel independen. Model regresi yang baik tidak akan terjadi korelasi antara variabel independen (Sanusi, 2011:135). menyatakan bahwa pengujian multikolineritas apabila koefisien korelasi antar variabel bebas $<$ atau sama dengan 0,6 atau dapat juga dilihat melalui variabel inflation factor (VIF) dengan syarat $VIF < 10$, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan yaitu menguji apakah perbedaan dalam keragaman pengamatan dan estimasi adalah sama untuk semua nilai pendugaan Y. Apabila heteroskedastisitas terjadi maka estimasi koefisien regresi tidak akan akurat. Pengujian heteroskedastisitas diatur berpasangan antara variabel independen dengan variabel yang dependen (Sanusi, 2011:135).

Uji heteroskedastisitas dipakai dengan cara yang disebut Glejser dengan menyusun regresi antara variabel independen dan nilai absolut residu variabel. Jika setiap variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap residu absolut ($\alpha = 0,05$) Sehingga dalam model regresi tidak akan terjadi dengan gejala heteroskedastisitas. (Sanusi, 2011:135). c Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada pola tertentu teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada

pola yang jelas serta tidak ada titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastistas.

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear ganda umumnya juga disebut perpanjangan dari regresi linear yang sederhana, juga untuk menambahkan semua variabel independen yang hanya 1 dulunya berubah jadi 2 atau lebih variabel independen (Sanusi, 2011: 134). Analisis regresi linear ganda akan dipakai terhadap peneliti, hanya untuk menduga kondisi (tergantung pada) variabel dependen (kriteria), jika 2 atau lebih variabel independen sebagai manipulasi nilai (peningkatan penurunan nilai) (Sugiyono, 2011:275).

Penelitian juga terdapat 1 variabel terikat maupun 3 variabel bebas. Variabel bebasnya ialah Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan. Variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan. Persamaan regresi untuk penelitian ini adalah sebagai berikut

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sugiyono, 2011:275)

Keterangan:

Y = Sebagai Variabel terikat

a = Sebagai Nilai konstanta

$b_{1,2}$ = Sebagai Nilai koefisien regresi

X_1 = Sebagai Variabel bebas pertama

X_2 = Sebagai Variabel bebas kedua

3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) yang biasa juga disebut koefisien majemuk determinasi (*multiple coefficient of determination*) juga sama persis terhadap r^2 . R serupa pada r , tetapi mereka berbeda fungsi. R^2 mempunyai porsi variabel terikat seperti (Y) yang diterangkan terhadap variabel bebas itu sendiri (melebihi dari 1 variabel) dengan sama. Disamping itu, r^2 ukuran baik-baikannya sama dengan (*goodness-of-fit*) dari persamaan regresi, yaitu memberikan variasi presentase total dengan variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya 1 variabel bebas (X). Koefisien R merupakan koefisien majemuk korelasi yang dapat mengukur tingkatan hubungan antara variabel dependen (Y) dan semua variabel independen nilainya pasti positif secara bersama-sama. Sementara koefisien r menceritakan kedekatan hubungan linier antara 2 variabel, nilainya dapat berupa positif maupun negatif (Sanusi, 2011:136).

3.5.5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dikarenakan kebenaran yang terkandung dalam hipotesis masih bersifat sementara, uji hipotesis mutlak dilakukan. Pengujian hipotesis adalah sama dengan pengujian parsial atau simultan dari signifikansi koefisien regresi linier berganda (Sanusi, 2011:9). Saat memeriksa hipotesis, perhatian diberikan pada poin-poin berikut.

1. Uji hipotesis juga dapat menggunakan sampel data
2. Uji menciptakan alasan untuk menolak H_0 atau dengan menerima H_0 .
3. Nilai Uji lihat dengan memakai nilai T hitung atau nilai F dan juga nilai Sig .

4. Untuk menarik kesimpulan juga dapat dilakukan dengan melihat foto dan kurva dan dengan melihat area awal dan area menerima hipotesis nol.

Penelitian ini juga, Hanya 2 metode yang digunakan sebagai uji hipotesis. Masing-masing ialah uji F dan uji T (Wibowo, 2012:125).

3.5.5.1. Uji T

Uji bertujuan untuk pengujian apakah setiap variabel independen memiliki pengaruh signifikan parsial terhadap variabel parsial.

Setiap langkah dalam pengujian guna untuk menentukan formasi H_0 dan H_a yaitu $H_a: \beta \neq 0$, berarti Harga (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Bintang Central Imada di Batam. (Y): $\beta \neq 0$, berarti Promosi (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Bintang Central Imada di Batam. Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Bintang Central Imada di Batam (Y). Dengan pengujian pengambilan keputusan ialah :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Uji t umumnya hanya menyatakan seberapa dalam pengaruh variabel secara individual dalam menjelaskan variabel variasi terikat. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}. \quad \textbf{Rumus 3.3 Uji T}$$

Sumber : (Sugiyono, 2011:230)

Keterangan :

t = Sebagai Nilai t_{hitung} yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

r = Sebagai korelasi persial yang ditemukan

n= Sebagai jumlah sampel

3.5.5.2. Uji F

Uji F umumnya merupakan pernyataan bahwa apakah semua variabel independen atau variabel independen yang terdapat dalam model memberikan efek sinergis pada variabel dependen atau dependen. (Ghozali, 2012:98).

Rumus untuk menguji uji F sebagai berikut(Sugiyono, 2011:235).

$$F_h = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Rumus 3. 4 Uji F

Sumber : (Sugiyono, 2011:235)

Keterangan :

F_h =Sebagai Besarnya F_{hitung}

n= Sebagai Jumlah anggota sampel

k= Sebagai Jumlah variabel independen

R^2 =Sebagai Koefisien determinasi

Hipotesis statistik dinyatakan dengan:

$H_0 = b_1 = b_2 = \beta_3 = 0$ (proporsi variasi dalam variabel tergantung (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas tidak signifikan).

$H_1 =$ minimal satu koefisien dari $b_1 \neq 0$ (proporsi variasi dalam variabel tergantung (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas signifikan).

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima.

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Bintang Central Imada yang beralamat Komplek Citra Buana Centre Park Blok E/8, Kp. Pelita, Kota Batam, Kepulauan Riau 29432. PT Bintang Central Imada ialah perusahaan yang sampai sekarang bergerak dibidang penjualan kosmetik. Dalam melakukan pengembangan dan penelitian untuk mendapatkan revolusi yang lebih besar dan membangun konsisten sistem kerja produksi untuk menghasilkan produk kosmetik terbaik.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 6-7 bulan yakni mulai January 2019 sampai dengan Juni 2019. Untuk informasi yang lebih lengkap lagi, peneliti memaparkan jadwal penelitian pada kolom sebagai berikut dibawah ini :

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian

No	Tahapan penelitian	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Pengumpulan data						
2	Perencanaan						
3	Melakukan penelitian						
4	Menentukan metode penelitian						
5	Pembuatan kuesioner						
6	Pembagian kuesioner						
7	Menganalisis kuesioner						
8	Penyelesaian skripsi						