

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Dalam suatu penelitian seorang peneliti harus menggunakan jenis penelitian yang tepat. Hal ini dimaksudkan agar peneliti dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi serta langkah-langkah yang digunakan dalam mengatasi masalah tersebut.

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan juga sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2011:8).

3.2. Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2015:38), operasional variabel merupakan suatu alat atau sifat ataupun nilai dari suatu objek maupun kegiatan yang memiliki beberapa variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan juga diteliti kemudian ditarik kesimpulannya.

3.2.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang berpengaruh terhadap variabel terikat. Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan promosi.

3.2.1.1 Kualitas Pelayanan

Menurut (Lovelock dan Wirtz, 2011:88) kualitas pelayanan merupakan kegiatan ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Seringkali berbasis waktu, kinerja membawa hasil yang diinginkan ke penerima, benda atau asset lainnya adalah tanggung jawab pembeli. Indikator-indikator dari kualitas pelayanan menurut (Tjiptono, 2012:198) adalah sebagai berikut:

1. Bukti Langsung
2. Empati
3. Keandalan
4. Cepat Tanggap
5. Jaminan

3.2.1.2 Promosi

Menurut Sukirno dan Poerwanto (2014:194) promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara efektif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk jasa yang ditawarkan.

Menurut (Kotler, 2012:432), bauran terdiri dari 5 (lima) indikator promosi, yaitu:

1. Periklanan (*advertising*), yaitu semua bentuk presentasi dan promosi nonpersonal yang dibayarkan oleh sponsor untuk mempresentasikan atau mendukung gagasan, barang atau jasa.
2. Promosi Penjualan (*sales promotion*), yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk ataupun jasa.

3. Penjualan Perseorangan (*personal selling*), yaitu presentasi personal oleh tenaga penjualan dengan tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen.
4. Hubungan Masyarakat (*public relations*), yaitu membangun hubungan yang baik dengan berbagai public perusahaan agar memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus dan juga menangani atau meluruskan cerita, serta event yang tidak menguntungkan.
5. Penjualan langsung (*direct marketing*), yaitu hubungan langsung dengan konsumen utama dengan tujuan agar memperoleh respon yang cepat dan membina hubungan yang lama dengan konsumen.

3.2.2 Variabel Terikat (*Dependen Variable*)

Menurut (Sugiyono, 2014:39) variabel terikat merupakan variabel yang sangat mempengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

3.2.2.1 Kinerja Karyawan

Kualitas mencerminkan semua indikator penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi konsumen. Dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, kualitas memiliki beberapa indikator pokok, dalam hal ini terdapat empat indikator utama yang biasanya digunakan menurut (Rudika. H, 2014:36), yaitu:

1. *Performance* (kinerja) Merupakan karakteristik operasi dasar dari suatu produk, misalnya probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya

kerusakan, semakin andal produk bersangkutan jaminan keselamatan barang. Jumlah pemakaian produk sebelum produk bersangkutan harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian normal yang dimungkinkan, semakin besar pula daya tahan produk. kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual.

2. *Features* (fitur) Merupakan karakteristik pelengkap khusus yang dapat menambah pengalaman pemakaian produk.
3. *Service ability* (pelayanan perbaikan) Yaitu kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramah-tamahan staf layanan.
4. *Aesthetics* (estetika) Menyangkut penampilan produk yang bisa dinilai dengan panca indra.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan atau di tentukan oleh perusahaan dalam memberikan layanan sebagai pembakuan pelayanan yang baik.	<ol style="list-style-type: none"> a. Bukti langsung (<i>Tangibles</i>) b. Empati c. Keandalan (<i>Reliability</i>) d. Cepat tanggap (<i>Responsiveness</i>) e. Jaminan (<i>Assurance</i>) 	Skala Likert
Promosi (X2)	unsur yang ada pada bauran pemasaran perusahaan yang digunakandalam hal memberitahu, membujuk, serta mengingatkan mengenaisuatu produk pada perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> a. Periklanan (advertising) b. Promosi Penjualan (sales promotion) c. Penjualan Perseorangan 	Skala Likert

		(personal selling) d. Hubungan Masyarakat (public relations) e. Penjualan langsung (direct marketing)	
Kepuasan Konsumen (Y)	kepuasan konsumen yaitu respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian.	a. <i>Performance</i> (kinerja) b. <i>Features</i> (fitur) c. <i>Service ability</i> (pelayanan perbaikan) d. <i>Aesthetics</i> (estetika)	Skala Likert

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2012:115) menjelaskan mengenai pengertian populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 40.679 konsumen yang pernah membeli tiket *Majestic Ferry* di Sekupang pada bulan Januari – Juni 2019.

3.3.2 Sampel

Populasi yang dipakai pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang pernah membeli tiket *Majestic Ferry* di Sekupang pada bulan Januari – Juni 2019 yang berjumlah 40.679. Untuk menentukan sampel yang akan diteliti, peneliti

menggunakan rumus Krejcie dan Morgan, rumus Krejcie dan Morgan dipilih karena dibutuhkan sample yang sedikit namun dapat mewakili anggota populasi, hal tersebut dikarenakan jumlah populasi penelitian yang cukup besar.

$$n = \frac{X^2.N.P(1-P)}{(N-1).d^2 + X^2.P(1-P)} \quad \text{Rumus 3.1 Krejcie Dan Morgan}$$

Dimana:

n : Ukuran sampel

N : Besar populasi

P : Proporsi populasi

d : kesalahan (absolute) yang dapat ditolerir, yaitu 5 atau 0,05

Dari rumus tersebut dapat diperoleh jumlah sampel sebagai berikut

$$n = \frac{X^2.N.P(1-P)}{(N-1).d^2 + X^2.P(1-P)}$$

$$n = \frac{3,841 \times 40.679 (0,25)}{(40.679)0,0025 + 3,841(0,25)} = \frac{39.0620098}{102,65525}$$

$$n = 380,507169$$

Jadi, berdasarkan rumus diatas, bahwa sampel penelitian yang harus diambil yaitu 380,507169 dibulatkan menjadi sebanyak 381 sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yaitu prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Data merupakan kumpulan informasi yang dapat digunakan untuk analisa lebih lanjut. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder:

Menurut (Sugiyono, 2013:193) sumber data penelitian terdiri dari.

1. Data Primer

Sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

2. Data Sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Dalam penelitian ini alat yang digunakan untuk memperoleh informasi dari reponden yaitu berbentuk:

1. Kuesioner

Jenis kuesioner yang penulis gunakan yaitu kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya.

Dalam melakukan pengukuran atas jawaban dari kuesioner tersebut yang diajukan kepada responden, skala yang digunakan yaitu skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian

indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 3. 4 Skala Likert

PERNYATAAN	SKOR
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2014: 94)

2. Studi Pustaka

Dalam studi kepustakaan ini penulis mengumpulkan dan mempelajari berbagai teori dan konsep dasar yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Teori dan konsep dasar tersebut penulis peroleh dengan cara menelaah berbagai macam bacaan seperti buku, jurnal, dan bahan bacaan relevan lainnya.

3.5 Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2013:206) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.5.1 Uji Kualitas Data

Untuk mempermudah pengujian validitas dan reliabilitas butir-butir pertanyaan penelitian, pembentukan garis regresi beserta pengujian hipotesis penelitian menggunakan alat bantu SPSS versi 25.

3.5.1.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2010:67) validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Semakin tinggi validitas suatu alat tes, maka alat tersebut semakin mengenai pada sarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tes tersebut menjalankan fungsi pengukurannya atau memberikan hasil ukuran sesuai dengan makna dan tujuan diadakannya tes atau penelitian tersebut.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan instrument yang digunakan pada penelitian. Valid atau tidaknya suatu instrument dapat diketahui dengan cara mencari nilai r tabel dan r hasil dengan program SPSS. Kemudian nilai r hasil dibandingkan dengan r tabel. Jika r hasil positif dan r hasil $>$ r tabel maka dapat dikatakan hasil tersebut valid, sedangkan jika r hasil $<$ r tabel maka dapat dikatakan hasilnya tidak valid. Uji validitas dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan korelasi.

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Rumus 3. 2 Uji Validitas

Sumber : (Sugiyono, 2012: 183)

Keterangan:

R_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang korelasikan

X = skor tiap item

Y = skor total item

(Sugiyono, 2012:183) mengemukakan, bila harga korelasi dibawah 0,3 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang.

Tabel 3. 5 Range Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1.000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber : (Sugiyono, 2015:231)

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono 2014:121) “Reliabilitas merupakan keadaan instrument yang menunjukkan hasil pengukuran yang reliabel (tidak berulang – ulang, konsisten). Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien reliabilitas instrument adalah *Alpha Cronbach* (Lubis 2013:85)

$$r_{xx} = \alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \text{Var}(i)}{\text{Var}(x)} \right]$$

Rumus 3. 3 Cronbach Alpha

Sumber : (Sugiyono, 2014: 140)

Keterangan:

$r_{xx} = \acute{a}$ = Koefisien reliabilitas

K = Jumlah item

Var (i) = Varian skor dari satu item

Var (X) = Varian skor total.

Kriteria suatu instrumen dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila reliabilitas (r_{xx}) > 0,6 (Lubis 2013:86).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Menurut (Priyatno 2012:144) uji normalitas adalah untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.

Untuk mengetahui bentuk distribusi data, bisa dilakukan dengan grafik distribusi dan analisis statistik. Pengujian dengan distribusi dilakukan dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara dua observasi dengan distribusi normal. Data dapat dikatakan telah terdistribusi secara normal jika memenuhi kriteria:

- a. Angka signifikansi (SIG) > 0,05 maka data berdistribusi normal.
- b. Angka signifikansi (SIG) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Santoso, 2016:174). Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF), dan nilai tolerance. Gejala multikolinieritas tidak terjadi apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 serta nilai tolerance kurang dari 0,10.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Gejala *variance* yang tidak sama ini disebut dengan heteroskedastisitas, sedangkan adanya gejala residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan lain disebut dengan homokedastisitas.

(Priyatno, 2012:158) mengatakan bahwa heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah terjadi heteroskedastisitas. Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan uji *glejser*, melihat pola titik-titik pada *scatterplots* regresi, atau uji koefisien korelasi spearman's rho.

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik *scatterplots* antara lain variabel terikat (ZSPRED) dengan residualnya (SRESID), dimana sumbu X adalah yang di prediksi dan sumbu Y adalah residual (Sunyoto 2013:91).

3.5.3 Uji Pengaruh

3.5.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sunyoto, 2013:47) tujuan dari analisis regresi adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Analisis regresi berganda bermaksud meramalkan bagaimana naik turunnya variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi atau dinaikturunkan nilainya.

Persamaan regresi berganda ini dapat ditulis:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \dots b_nX_n + e \quad \text{Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda}$$

Sumber: Heryati (2016: 65)

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1 - b_3 = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Promosi

e = *Error*

3.5.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari koefisien determinasi adalah untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dan proporsi variasi dari variabel dependen yang diterangkan oleh variasi dari variabel-variabel independennya.

Menurut Sujarweni (2012:188) rumus determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd=(r^2) \times 100\%$$

Rumus 3. 5 Koefisien Determinasi

Dimana:

d = Koefisien determinasi

r = Koefisien relasi

Koefisien Determinan (Kd) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian. Nilai (Kd) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu variabel profitabilitas dan *leverage* terhadap variabel dependen yaitu kebijakan dependen. Analisis koefisien determinasi (Kd) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase.

3.5.4 Uji Hipotesis

3.5.4.1 Uji t

Uji hipotesis (uji t) digunakan untuk mengetahui koefisien regresi yang dihasilkan dari tiap-tiap variabel independen signifikan atau tidak terhadap variabel dependennya.

Menurut (Priyatno, 2012:139) Uji t atau uji regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen.

Langkah-langkah uji hipotesis dengan menggunakan Uji t:

- a. Menentukan dan $H_0 : b_i = 0$; berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen $H_a : b_i \neq 0$; berarti ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Tentukan taraf signifikansi (α) $\alpha = 0,05$ atau 5%

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3.6 Uji t}$$

Sumber: (Sugiyono, 2012:366)

Dimana:

t = nilai uji t

r = nilai koefisien korelasi

1. n = jumlah sampel yang diobservasi

3.5.4.2 Uji F

Uji f atau uji koefisien regresi secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Priyatno, 2012:137).

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika $\text{sig} > \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima H_1 ditolak
2. Jika $\text{sig} < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak H_1 diterima.

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

Rumus 3. 7 Uji F

Sumber: (Sugiyono 2014:257)

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi yang dipilih sebagai tempat penelitian untuk keperluan tugas akhir ini adalah:

Nama Perusahaan : PT.Pelayaran Megah Jaya Sejahtera

Jenis Usaha : Agen Pelayaran Nasional

No Hp : +62 821 73787410

Pemilik : Victor Pujianto

Semua data yang dibutuhkan dalam penelitian ini merupakan data yang diberikan langsung konsumen Majestic ferry di Batam Sekupang sehingga data tersebut merupakan data yang tepat dan akurat. Dimana dengan data tersebut maka hasil penelitian akan sesuai dengan kenyataan

3.6.2. Jadwal Penelitian

Berikut jadwal penelitian yang ditunjuk dimulai pada minggu pertama bulan Oktober 2019 sampai dengan minggu keempat bulan Februari 2020:

Tabel 3. 6 Jadwal Penelitian

Tahap Penelitian	Oktober 2019				November 2019				Desember 2019				Januari 2020				Februari 2020			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan judul																				
Pencarian Data Awal																				
Penyusunan Penelitian																				
Kuesioner																				
Bimbingan Penelitian																				
Penyelesaian Skripsi																				