

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian (*research*) merupakan rangkaian kegiatan ilmiah dalam rangka pemecahan suatu permasalahan. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Radjab & Jaman, 2017: 9). Pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. penelitian-penelitian dengan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis merupakan contoh tipe penelitian yang menggunakan paradigma kuantitatif. Pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Penyajian hasil dalam bentuk gambar, tabel, grafik atau tampilan lain yang akan meningkatkan serta mempermudah penyampaian informasi.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Penelitian bersifat kuantitatif ini memiliki beberapa sifat penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi fakta atau peristiwa tersebut sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi (variabel independen) (Radjab & Jaman, 2017: 29). Jenis penelitian yang digunakan berdasarkan rancangan adalah penelitian causal komparatif (*causal-comparative research*) merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Peneliti melakukan pengamatan terhadap konsekuensi yang

ada ditimbang dan menelusuri kembali fakta yang secara masuk akal sebagai faktor-faktor penyebabnya.

### 3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### 3.3.1 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian adalah pada PT Benteng Indo Bangunan yang berposisi di Batu Ampar, dengan lokasi tepatnya di Jalan Yos Sudarso, Komp Graha Permata Indah Blok A No 01.

#### 3.3.2 Jadwal Penelitian

**Tabel 3.1** Jadwal Penelitian

Kegiatan	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
Tentukan Judul Penelitian						
Cari Data Yang Dibutuhkan						
Menyusun Data						
Buat Kuesioner						
Sebar Kuesioner						
Kumpulkan Hasil Kuesioner						
Olah Data						
Merangkum Data						

**Sumber :** Penulis (2022)

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Jadi populasi berhubungan dengan data, bukan manusianya. Kalau setiap manusia memberikan suatu data maka, maka banyaknya atau ukuran populasi akan sama dengan banyaknya manusia. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Radjab & Jaman, 2017: 100). Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah pendataan data terakhir jumlah pelanggan yaitu 278 pelanggan yang ada dalam perusahaan.

### 3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel penelitian adalah bagian dari kumpulan populasi yang ada. Perusahaan memiliki jumlah pelanggan sebanyak 278 pelanggan. Penulis menggunakan teori *Slovin* sebagai teknik penentuan besar sampel. Berikut rumusnya:

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

**Rumus 3.1** Rumus *Slovin*

**Sumber:** (Radjab & Jaman, 2017: 103)

Jumlah yang didapatkan melalui menghitung menggunakan rumus di atas memiliki hasil sebesar 164 pelanggan. Adapun hasil dari perhitungan sampel dapat dilihat pada perhitungan di bawah ini:

$$n = \frac{278}{1 + N\alpha^2}$$

$$n = \frac{278}{1 + 278 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{278}{1,70}$$

$$n = 164 \text{ pelanggan}$$

### 3.4.3 Teknik Sampling

*Probability sampling* adalah teknik sampling dengan setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama dipilih menjadi sampel. Teknik *simple random sampling* terpilih sebagai teknik sampel dalam studi yang dikaji dengan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada populasi untuk dijadikan sampel (Radjab & Jaman, 2017: 105). Sampel pada penelitian ini terdiri dari 164 pelanggan.

### **3.5 Sumber Data**

Penelitian kuantitatif dapat dikumpulkan dari sumber primer ataupun sekunder (Radjab & Jaman, 2017: 110).

1. Data primer dikenal sebagai data yang diperoleh langsung oleh peneliti. Data primer mengacu pada data yang telah dikumpulkan secara langsung seperti eksperimen, pembagian kuesioner dan survei..
2. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada misalnya dari sumber- sumber tertulis milik pemerintah atau perpustakaan seperti buku, jurnal dan dokumen perusahaan atau pemerintah lainnya.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Terdapat lima teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu (Radjab & Jaman, 2017: 77):

1. Observasi  
Aktivitas berupa pengamatan terhadap suatu proses atau objek kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena yang ada untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.
2. Wawancara  
Kegiatan tanya-jawab secara lisan untuk memperoleh informasi. Bentuk informasi yang diperoleh dinyatakan dalam tulisan, atau direkam secara langsung.

### 3. Angket

Teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden yang biasa dikenal sebagai kuesioner.

### 4. Studi dokumentasi

Suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

### 5. Studi literatur.

Serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian.

## **3.7 Operasional Variabel**

### **3.7.1 Variabel Independen**

Variabel bebas (*independent variable*), yaitu variabel yang keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel lain (Radjab & Jaman, 2017: 129). Penelitian ini menggunakan variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

#### 1. Harga

Harga dikenal sebagai sejumlah uang yang dibebankan pada suatu barang atau jasa atau sejumlah nilai uang yang dipertukarkan oleh pelanggan untuk keuntungan memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga adalah satuan moneter atau ukuran lain termasuk barang dan jasa lainnya yang dipertukarkan untuk memperoleh hak kepemilikan atau pengguna

suatu barang dan jasa (Susanto *et al.*, 2021). Indikator harga pada penelitian ini dikutipkan dari panduan Indrasari (2019: 42), yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan.

## 2. Kualitas Produk

Kualitas produk biasanya dipanggil sebagai *product quality*. Kualitas produk dikenal sebagai kemampuan yang dimiliki produk dalam menjalankan tugasnya untuk mencapai manfaat memiliki produk tersebut. Produk yang baik biasanya diukur melalui ketahanan yang dimiliki pada produk, handal atau tidaknya produk saat digunakan, kemudahan yang dirasakan saat menggunakannya, ketepatan pemberian manfaat produk, dan pengukuran lainnya. Kualitas produk adalah seluruh karakteristik yang ada pada produk berdasarkan sifat yang dimiliki pada produk tersebut apakah mampu memberikan manfaat yang berguna bagi pelanggan (Purnama & Rialdu, 2021). Indikator kualitas produk pada penelitian ini dikutipkan dari panduan Lestari dan Meidina (2022), yaitu kinerja, fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kemampuan melayani, estetika dan kualitas yang dirasakan.

## 3. Kualitas Pelayanan

*Service quality* (kualitas pelayanan) merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah ukuran

seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan (Aswad *et al.*, 2018). Indikator kualitas pelayanan pada penelitian ini dikutipkan dari panduan Nilasari dan Syaifullah (2022), yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan berwujud.

### 3.7.2 Variabel Dependen

Variabel terikat (*dependent variable*), yaitu variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel yang lain (Radjab & Jaman, 2017: 129). Kepuasan pelanggan diambil sebagai variabel dependen pada penelitian ini. Kepuasan pelanggan dikenal sebagai sebuah perasaan senang atau kecewa yang ada dalam diri individu dengan perasaan tersebut muncul setelah melakukan perbandingan antara kinerja produk bersama dengan harapan pelanggan (Lestari & Meidina, 2022). Kepuasan pelanggan menjadi kunci bagi perusahaan untuk menciptakan sebuah keberhasilan pada sebuah perusahaan. Kepuasan pelanggan perlu dimaksimalkan perusahaan melalui pihak pembeli saat menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan kemudian perusahaan perlu lakukan penilaian bagaimana cara membuat pelanggan puas saat menggunakannya barang atau jasa yang ditawarkan. Indikator kepuasan pelanggan pada penelitian ini dikutipkan dari panduan Lestari dan Meidina (2022), yaitu tetap setia, membeli produk yang ditawarkan, merekomendasikan produk, bersedia membayar lebih, dan berikan masukan.

**Tabel 3.2** Operasional Variabel

No	Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
1	Harga	Harga adalah satuan moneter atau ukuran lain termasuk barang dan jasa lainnya yang dipertukarkan untuk	1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga	<i>Likert</i>

		memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa (Susanto <i>et al.</i> , 2021).	dengan manfaat. 5. Harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan.	
2	Kualitas Produk	Kualitas produk adalah seluruh karakteristik yang ada pada produk berdasarkan sifat yang dimiliki pada produk tersebut apakah mampu memberikan manfaat yang berguna bagi pelanggan (Purnama & Rialdu, 2021).	1. Kinerja. 2. Fitur. 3. Keandalan. 4. Kesesuaian dengan spesifikasi. 5. Daya tahan. 6. Kemampuan melayani. 7. Estetika. 8. Kualitas yang dirasakan.	<i>Likert</i>
3	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan (Aswad <i>et al.</i> , 2018).	1. Kehandalan. 2. Daya tanggap. 3. Jaminan. 4. Empati. 5. Berwujud.	<i>Likert</i>
4	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan dikenal sebagai sebuah perasaan senang atau kecewa yang ada dalam diri individu dengan perasaan tersebut muncul setelah melakukan perbandingan antara kinerja produk bersama dengan harapan pelanggan (Lestari & Meidina, 2022).	1. Tetap setia. 2. Membeli produk yang ditawarkan. 3. Merekomendasikan produk. 4. Bersedia membayar lebih. 5. Berikan masukan..	<i>Likert</i>

**Sumber:** Penulis

### 3.8 Metode Analisis Data

Penelitian ini pengolahan data dengan salah satu aplikasi tersebut yakni SPSS. SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) adalah sebuah program pengolahan data statistik yang berguna untuk pengambilan keputusan terutama

dalam bidang penelitian (Juliandi *et al.*, 2018: 11). SPSS versi 25 (*Statistical Package fo Social Sciences*) dijadikan sebagai program analisis data dalam penulisan skripsi ini.

### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan (mendeskripsikan) data apa adanya terhadap data yang telah dikumpulkan melalui berbagai instrumen penelitian tanpa perlu melakukan pengujian hipotesis (Juliandi *et al.*, 2018: 23). Analisis frekuensi berguna untuk menggambarkan seberapa kerap suatu kelompok pengamatan muncul di dalam data. Teknik Penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner dikenal sebagai salah teknik yang sering dipilih karena caranya berupa menyediakan beberapa permasalahan yang dialami sesuai dengan masalah yang ada dan meminta pelanggan perusahaan untuk menjawabnya.

**Tabel 3.3** Rentang Skala

<b>Skala Kategori</b>	<b>Kriteria</b>
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:** (Ucu *et al.*, 2018)

### 3.8.2 Uji Kualitas Data

Pengujian ini memakai kuesioner yang dijadikan sebagai alat pengukuran. Uji yang akan dijalankan yaitu validitas dan realibilitas.

### 3.8.2.1 Uji Validitas

Salah satu instrumen pengumpulan data di dalam penelitian adalah angket/kuesioner. Instrumen seperti ini dibangun berdasarkan konsep teoritis agar memiliki dasar ilmiah yang kuat. Salah satunya adalah validitas, untuk menguji validitas ini adalah Korelasi Item-Total, yakni mengkorelasikan skor-skor suatu item angket dengan totalnya. Statistik yang digunakan menggunakan *Pearson Product Moment* (Juliandi *et al.*, 2018: 7).

Hasil validitas dapat dilihat dengan menentukan nilai  $r_{\text{tabel}}$  dengan derajat bebas yaitu sebesar  $n-2$  kemudian membandingkannya dengan nilai  $r_{\text{hitung}}$  yang diperoleh dari perhitungan di atas. Apabila ditemui nilai  $r_{\text{hitung}}$  perhitungan lebih besar dari pada nilai  $r_{\text{tabel}}$  maka dapat dinyatakan pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya.

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas memiliki berbagai nama lain seperti kepercayaan, keterandalan, kestabilan, konsistensi. Ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah “sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Juliandi *et al.*, 2018: 20). Secara khusus, teknik pengujian reliabilitas dengan SPSS untuk menguji nilai koefisien *alpha Cronbach*. Jika nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) > 0,6 maka instrumen memiliki reliabilitas yang atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpercaya.

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Juliandi *et al.*, 2018: 55). Metode yang biasa dapat memakai hasil pengujian uji-*histogram*, *p-p-plot* dan *uji-kolmogrovsmirnov*. Jika hasil yang diuji berdistribusi normal maka nilai signifikansi  $> 0,05$ . Ketika gambar histogram berbentuk lonceng dan garis diagonal adalah jaring dalam *pp-plot*. Normalitas data penelitian penting karena mewakili populasi penelitian.

#### 3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen (Juliandi *et al.*, 2018: 56). Penelitian yang baik merupakan penelitian yang tidak terjadi kolinearitas/multikolinearitas, artinya tidak terjadi korelasi yang terlalu tinggi antar variabel bebas. Pengujian dapat dilakukan dengan analisis korelasi/regresi, Tolerance, dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Model regresi yang baik jika hasil perhitungan menghasilkan nilai  $VIF < 10$  dan bila menghasilkan nilai  $VIF > 10$  berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius di dalam model regresi. Selain melihat nilai VIF, bisa juga dideteksi dari nilai *tolerance* yaitu jika nilai *tolerance* yang dihasilkan mendekati 1, maka model terbebas dari gejala multikolinieritas

sedangkan semakin jauh 1, maka model tidak terjadi/bebas gejala multikolinieritas (Ghozali, 2018: 107).

### 3.8.3.3 Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas (Juliandi *et al.*, 2018: 56). Dasar pengambilan keputusannya adalah: jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin-poin) menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### 3.8.4 Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen. Apabila model regresi berganda sudah bebas dari masalah asumsi klasik, maka regresi boleh dilanjutkan untuk dianalisis (Juliandi *et al.*, 2018: 57).

Regresi linear berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

**Rumus 3.2 Uji Regresi Linear Berganda**

Keterangan :

Y : Nilai prediksi variabel dependen

$X_1, X_2$ : Variabel independen

$b_1, b_2$  : Koefisien regresi

$a$  : Konstanta persamaan regresi

#### 3.8.4.2 Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah uji yang memberikan penggambaran besaran perubahan yang dialami pada variabel dependen ketika terjadi perubahan pada variabel independen dan variasi yang bisa terjadi pada variabel dependen dari banyaknya variasi variabel independen yang mungkin terjadi. Nilai *R-Square* adalah untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas (Juliandi *et al.*, 2018: 58).

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 3.9.1 Uji t

Uji t adalah uji yang biasa digunakan jika peneliti ingin menguji beda *mean* dari dua kelompok sampel. Jika ada lebih dari dua kelompok sampel, maka dapat digunakan uji anova. Tujuannya adalah membandingkan rata-rata dari dua kelompok sampel yang tidak berhubungan satu dengan yang lain (Juliandi *et al.*, 2018: 58). Selain melalui kriteria tingkat signifikansi dalam menguji apakah hipotesis di terima atau di tolak, bisa juga melalui kriteria dengan melihat  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yaitu sebagai berikut

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

### 3.9.2 Uji F

Uji ini memiliki nama samara yaitu pengujian simultan dengan tujuan agar dapat memberikan gambaran hubungan variabel bebas terhadap terikat secara bersama-sama (Juliandi *et al.*, 2018: 59). Selain melalui kriteria tingkat signifikansi dalam menguji apakah hipotesis di terima atau di tolak, bisa juga melalui kriteria dengan melihat  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  yaitu sebagai berikut

- a. Apabila  $F_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
- b. Apabila  $F_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.