

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain Penelitian merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk melaksanakan penelitian. Menurut Umar (2010 : 5) Desain penelitian merupakan suatu cetak biru (*blue print*) dalam hal bagaimana data dikumpulkan, diukur, dan dianalisis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bermaksud memberikan penjelasan hubungan kausalitas antar variabel melalui pengujian hipotesis.

Sedangkan menurut Nazir (2013: 11) desain penelitian adalah “semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian, mulai tahap persiapan sampai tahap penyusunan laporan”. Menurut Sanusi (2011: 141) desain penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel.

Di dalam penelitian ini digunakan dua jenis variabel yang terdiri dari variabel eksogen (variabel bebas/independen) yaitu Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan variabel endogen (variabel terikat/dependen) yaitu Kepuasan Konsumen (Y) Sugiyono (2010: 68) Dalam penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik analisis regresi. Teknik analisis regresi ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai taraf hubungan yang terjadi antara variabel independen dan dependen.

3.2. Operasional Variabel

Operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010: 68)

Operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Harga (X₁)

Harga mengacu pada apa yang harus diberikan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang biasanya menggunakan nilai uang. Indikator Harga menurut Kotler & Amstrong (2012: 132) sebagai berikut:

Tabel 3.1 Indikator Harga

Konstruk/ Variabel	Operasional Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Harga (Kotler & Amstrong, 2012: 132)	apa yang harus diberikan oleh konsumen (pembeli) mendapatkan suatu produk	1. Keterjangkauan harga 2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Skala Likert

2. Kualitas Produk (X₂)

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Indikator Kualitas Produk menurut Tjiptono (2008: 198) sebagai berikut

Tabel 3.2 Indikator Kualitas Produk

Konstruk/ Variabel	Operasional Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Produk (Tjiptono, 2008: 198)	Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (<i>benefits</i>) bagi pelanggan	1. Kinerja 2. Daya tahan 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Fitur Reliabilitas	Skala Likert

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen merupakan respon dari pelaku yang ditunjukkan oleh Konsumen dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan. Indikator kepuasan pelanggan menurut Ariani (2010: 184) sebagai berikut:

Tabel Tabel 3.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Konstruk/ Variabel	Operasional Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kepuasan pelanggan (Ariani, 2010: 184)	Kepuasan pelanggan merupakan rasa puas yang dirasakan konsumen setelah menggunakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen	1. Komunikasi 2. Kepercayaan 3. Keamanan 4. Memahami Pelanggan 5. Bukti Fisik 6. Konsistensi 7. Daya Tanggap 8. Kemampuan 9. Akses 10. Perhatian	Skala Likert

3.3. Populasi dan sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Sanusi, 2011: 87).

Populasi dalam penelitian ini yaitu Konsumen Pengguna *Smartphone* Vivo di Kecamatan Bengkong sebanyak 274 pengguna.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih (Sanusi, 2011: 87). Sampel yang baik adalah sampel yang dapat mewakili karakteristik populasinya. Pengambilan sampel dilakukan karena adanya keterbatasan biaya, waktu dan tenaga sehingga tidak memungkinkan untuk mengambil seluruh anggota dari populasi.

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel (*sampling*) adalah cara peneliti mengambil sampel atau contoh yang representatif dari populasi yang tersedia. Cara pengambilan sampel dari populasi dapat dilakukan dengan memperhatikan unsur peluang atau tidak. Jika dalam proses mengambil sampel memperhatikan unsur peluang, tipe sampling disebut sampling peluang (*probability sampling*) atau cara pengambilan sampel secara acak. Jika dalam proses pengambilan sampel tidak memperhatikan unsur peluang, tipe sampling disebut sampling nonpeluang (*nonprobability sampling*) (Arikunto, 2013: 102).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode purposive sampling yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu (Sanusi, 2011: 151). Adapun pertimbangan-pertimbangan dan syarat yang digunakan dalam pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* adalah sebagai berikut:

1. Konsumen Pengguna *Smartphone* Vivo
2. Telah melakukan pembelian *Smartphone* minimal dua kali, dengan alasan bahwa konsumen yang telah melakukan pembelian sebanyak dua kali atau lebih cenderung merupakan pelanggan yang loyal dan melakukan pembelian ulang.

Dalam menentukan ukuran sampel penelitian, Slovin memasukkan unsur kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi ini dinyatakan dalam presentase, misalnya 5%. (Amirin, 2011: 98). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Rumus Slovin

Keterangan :

n : Jumlah elemen/anggota sampel

N : Jumlah elemen/anggota populasi

e₂ : Error level (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,10 (catatan dapat dipilih oleh peneliti).

Sampel dari penelitian ini adalah bagian dari jumlah populasi Pengguna *Smartphone* Vivo di Kecamatan Bengkong yang berjumlah 865. Dengan menggunakan rumus slovin diatas, dengan tingkat kesalahan 5% maka dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{865}{1 + (865 \cdot 0.05^2)}$$

$$n = \frac{865}{1 + (865 \cdot 0.0025)}$$

$$n = \frac{865}{1 + 2.16}$$

$$n = \frac{865}{3.16}$$

$$n = 274$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 274 konsumen.

3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan data dengan dua cara yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Azwar (2009: 91) data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Data yang diperoleh langsung dari sumber yang bersangkutan, dengan membagikan kuesioner kepada Konsumen Pengguna *Smartphone Vivo* .

2. Data Sekunder

Menurut Azwar (2009: 91) data sekunder yaitu data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya. Data yang diperoleh secara resmi dari perusahaan serta teori-teori yang diperoleh dari buku, jurnal dan literatur-literatur lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian.

3.4.2. Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini alat yang digunakan untuk pengumpulan data adalah menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2010: 78) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

3.5. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis yang akan digunakan untuk memperoleh keterangan tentang besarnya kekuatan variabel independen terhadap variabel dependen adalah dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Metode analisis ini terdiri dari metode analisis deskriptif dan uji kualitas data. Analisis ini menggunakan program SPSS versi 21, beberapa pengujian terhadap data yang akan dianalisis untuk memberikan gambaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode untuk menggambarkan data yang dikumpulkan secara sederhana. Analisis deskriptif dilakukan melalui pengujian hipotesis deskriptif. Penyajiannya dapat berbentuk tabel, atau grafik, termasuk juga perhitungan rata-rata, standart deviasi dan sebagainya. Dalam penelitian ini analisis berdasarkan uraian jawaban dari kuesioner yang dibagikan kepada Pengguna *Smartphone Vivo*.

3.5.2. Uji Kualitas Data

Sebelum menganalisis dan menginterpretasi terlebih dahulu harus dilakukan uji kualitas data yang terbagi menjadi 2 (dua) yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, sebagai berikut:

1. Uji Validitas Data

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrument. Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrument atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Suatu instrument yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Dalam uji validitas dapat digunakan *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) dan dapat pula digunakan rumus *Pearson Product Moment*, sebagai berikut.

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{\{n \sum i^2 - (\sum i)^2\} \{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}}}$$

Rumus Pearson Product Moment
Sumber: Sugiyono (2010: 37)

Keterangan:

r_{ix} = koefisien korelasi

i = skor item

x = skor total dari x

N = jumlah banyaknya subjek

Kriteria diterima atau tidaknya suatu data valid atau tidak menurut Sugiyono (2012: 45), jika:

- a. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $< r$ tabel, maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

Validitas kuesioner dilaksanakan pada 30 responden diluar responden penelitian. Menurut Arikunto (2013: 402) r hitung yang diperoleh berdasarkan 30 responden yaitu 0,361.

2. Uji Reabilitas Data

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Instrument kuesioner yang tidak reliable maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Menurut Priyatno (2016: 154) Uji reliabelitas yang banyak digunakan pada penelitian yaitu menggunakan metode *Cronbach Alpha* $>0,6$.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimasukkan untuk mengetahui bahwa setiap variabel telah memiliki keakuratan dan keandalan. Analisis asumsi klasik dengan menggunakan program SPSS. Analisis dilakukan dengan bantuan metode regresi linier berganda, sebelum melakukan uji analisis regresi berganda terlebih dahulu digunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Menurut Wibowo (2012: 43) uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable bebas memiliki distribusi normal. Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak normal. Suatu data yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng (*bell shaped curve*). Suatu data dikatakan tidak normal jika memiliki nilai data yang ekstrim, atau biasanya jumlah data terlalu sedikit. Uji ini dapat dilihat pada diagram Normal *P-Plot Regression Standarize* dimana keberadaan titik-titik berasal disekitar garis. Namun untuk lebih meyakinkan lagi bahwa data benar-benar memiliki distribusi normal diuji dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dengan syarat bahwa kurva nilai residual tersatandarisasi memiliki sebaran data normal jika Wibowo (2012: 44);

- 1) Nilai Kolmogorv-Smirnov $Z < Z_{\text{tabel}}$;
- 2) Nilai Asymp. Sig (2-tailed) $> \alpha$

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Pengajuan ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matrix korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*-nya. Nilai VIF antara 0 sampai dengan 10 menandakan tidak adanya gejala multikolinieritas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak dapat problem multikolinieritas (Wibowo, 2012: 48).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians residul dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varians tersebut berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan jika hasil nilai signifikansi > nilai alpha-nya (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas Wibowo (2012: 48).

4. Uji Pengaruh

a. Uji F (Simultan)

Uji-F dilakukan dengan tujuan menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Nilai F hitung akan dibandingkan dengan nilai F tabel (Wibowo, 2012: 53) .

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat Sanusi (2011: 138).

Rumus Uji t

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2010 : 250)

Dimana:

t = Nilai t_{hitung} yang selanjutnya dikonsultasikan dengan
 t_{tabel} r = korelasi persial yang ditemukan

n = jumlah sampel

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak atau dapat dikatakan signifikan, sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima atau dapat dikatakan tidak signifikan yaitu terhadap pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terkaitnya (Priyatno, 2016: 66). c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada dasarnya merupakan analisis yang memiliki pola teknis dan substansi yang hampir sama dengan regresi linier sederhana. Analisis ini memiliki perbedaan dalam hal jumlah variabel independen yang merupakan variabel penjelas yang lebih dari satu. Metode regresi linier berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen (Wibowo, 2012: 49). Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh terjadi antara variabel independen terhadap variabel dependen yaitu: Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), terhadap kepuasan konsumen (Y).

Bentuk persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$$

Rumus Uji Regresi Linier Berganda

Sumber: (Wibowo, 2012: 50)

Keterangan:

- Y' = variabel dependen (variabel respon)
- a = nilai konstanta
- b = nilai koefisien regresi
- x_1 = variabel independen pertama
- x_2 = variabel independen kedua

x_n = variabel independen ke-n

d. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama sama memberikan pengaruh terhadap variabel terikat Wibowo (2012: 33). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada responden yang merupakan pengguna *Vivo Smartphone*.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Tabel 3.4 Jadwal Penelitian

Nama Kegiatan	Waktu Pelaksanaan						
	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret
Menentukan Judul	■						
Bimbingan Skripsi							
Perumusan Penelitian							
Studi Pustaka		■					
Metodelogi Penelitian			■				
Rancangan Kuesioner				■			
Penyebran Kuesioner					■		
Pengumpulan Data						■	
Penyusunan Laporan Akhir							■
Siding Skripsi							■

Sumber: Peneliti