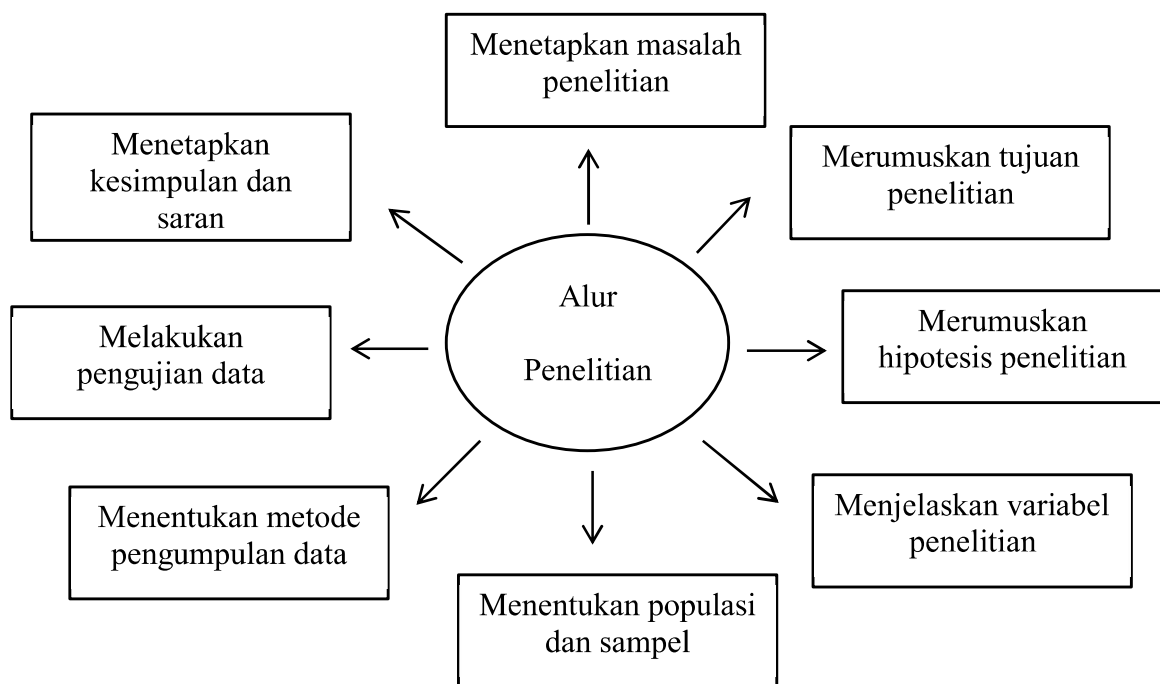


BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini ialah studi kausalitas yang perlu membuktikan ikatan pada variabel. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif yang dimana populasi dan sampel yang dilakukan secara *random*, pengumpulan data dan menguji hipotesis (Sugiyono, 2013:13). Berikut adalah diagram alur penelitian dalam penelitian:



Gambar 3.1. Alur Penelitian

Berbagai penelitian merupakan simbol, bentuk, objek, dan aktivitas yang diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari serta mengambil kesimpulan (Sugiyono, 2017:20). Terdapat dua variabel yang digunakan, yaitu:

3.1.1. Variabel Independen (*Independent Variable*)

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab dan dapat memengaruhi variabel terikat. Terdapat beberapa variabel (X) diantaranya sebagai berikut:

3.1.1.1. Kualitas produk (X1)

Produk adalah elemen utama dalam pemasaran yang memiliki nilai utama yang diharapkan konsumen yaitu kualitas untuk mencapai kepuasan konsumen (Cahyani & Sitohang, 2016:4). Kualitas produk adalah keunggulan suatu produk yang diharapkan oleh pelanggan (Ofela, 2016:4).

Indikator kualitas produk menurut (Cahyani & Sitohang, 2016:4) adalah

1. Bentuk (*form*)
2. Fitur (*feature*)
3. Kinerja (*performance*)
4. Kesan kualitas (*perceived quality*)
5. Ketahanan (*durability*)
6. Keandalan (*reliability*)
7. Kemudahan perbaikan (*repairability*)
8. Gaya (*style*)
9. Desain (*design*)

3.1.1.2.CRM (*Customer Relationship Management*)

CRM (*Customer Relationship Management*) adalah suatu proses untuk mendapatkan, meningkatkan dan mempertahankan pelanggan untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan serta memberikan kepuasan kepada pelanggan (Harmiyanto, 2017:80).

Indikator CRM (*Customer Relationship Management*) menurut (Sari et al., 2018:132) adalah

1. *Human*
2. *Processes*
3. *Technology*
4. *Knowledge*

3.1.2.Variabel Dependen (*Dependent Variable*)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Terdapat variabel Y, yaitu:

3.1.2.1.Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen ialah perasaan yang dirasakan dari penggunaan barang dan layanan yang diterima konsumen sehingga kepuasannya terpenuhi (Hartadi & Husda, 2020).

Indikator kepuasan konsumen menurut (Aswad et al., 2018:80) adalah

1. Kinerja
2. Harga
3. Ekspektasi

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi ialah keseluruhan karakteristik pada lokasi tertentu (Andalusi, 2018:309). Penelitian ini menggunakan populasi yang merupakan konsumen PT Lotus Karya Globalindo dengan jumlah 105 konsumen.

3.2.2. Sampel

Sampel ialah sebagian dari jumlah populasi pada penelitian. Dalam sampel penelitian menggunakan *sampling nonprobability* yang merupakan cara pengambilan sampel yang tidak adanya peluang populasi yang dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:84). Pada penelitian ini, karena jumlah populasi konsumen pada PT Lotus Karya Globalindo di kota Batam 105 orang, maka peneliti menentukan jumlah sampel dengan teknik *sampling jenuh* yang merupakan teknik bahwa semua populasi dapat dijadikan sebagai sampel. Maka, sampel pada penelitian ini adalah konsumen dengan 105 orang.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah cara mengumpulkan atau memperoleh data pada penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Chandrarini, 2018:125)

1. Interview (wawancara)

Teknik tanya jawab untuk mendapatkan informasi yang dilakukan oleh beberapa orang.

2. Kuesioner

cara mengumpulkan penelitian data yang dikumpulkan dari narasumber atau media elektronik (misalnya email) atau layanan pengiriman (misalnya pos). Pada penelitian ini, peneliti memerlukan skala likert buat menilai opini seseorang saat penyusunan kuisisioner (Sugiyono, 2017:134). Untuk setiap pernyataan terdapat pemilihan skor seperti:

Tabel 3.1. Skala Likert

Keterangan	Skala
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu-Ragu (RR)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3. Observasi

Pengamatan langsung terhadap suatu objek.

3.4. Metode Analisis Data

Metode pada penelitian ini memakai *non-probability sampling*. Dimana seluruh sampel dikumpulkan atau berdasarkan dari data yang diperoleh

3.4.1. Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2017:147), statistik deskriptif merupakan perhitungan analisis data dan mendeskripsikan data sesuai dengan data yang telah dikumpulkan.

3.4.2. Uji Kualitas Data

3.4.2.1. Uji Validitas Data

Dalam penelitian, uji validitas berdasarkan pada pernyataan pada kuesioner dengan menggunakan skor total yang telah dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner (Ofela, 2016:7).

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) \sum Y}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Rumus 3.1. Uji Validitas Instrumen

3.4.2.2. Uji Reliabilitas Data

Uji Reliabilitas adalah uji memahami pernyataan dalam kuesioner dengan hasil yang sama (Ofela, 2016:7).

3.4.3. Uji Asumsi Klasik

3.4.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam hasil penelitian ini memiliki tujuan mengetahui nilai residu bersifat normal dan tidak normal dalam analisis regresi (Ofela, 2016:8). Data yang berdistribusi normal pada penelitian merupakan data yang normal sehingga dapat mewakili sebuah populasi (Sujarweni, 2015:278).

3.4.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas berguna untuk menguji korelasi dengan variabel independen dan dapat dilihat dari nilai VIF (Ofela, 2016:10).

3.4.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya *variance* dari *residual* dari pengamatan yang berbeda (Ofela & Agustin, 2016).

3.4.4. Uji Pengaruh

3.4.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda mempunyai kegunaan sebagai mencari pengaruh antara variabel ualitas produk dan variable *CRM (Customer Relationship Management)* terhadap vaiabel kepuasan konsumen. Regresi berganda merupakan alat yang akan memprediksi mengenai permohonan masa datang untuk mengetahui pengaruh antar variable bebas (Agung Edy Wibowo, S.E, 2012:127)

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Rumus 3.2. Regresi Linear Berganda

Sumber: (Agung Edy Wibowo, S.E, 2012:127)

Diketahui:

Y : Kepuasan Konsumen

a : Nilai Konstan

b : Nilai Koefisien Regresi

x1 : Kualitas Produk

x2 : *CRM (Customer Relationship Management)*

3.4.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) merupakan menguji pengaruh yang diberikan pada variabel independen dan dependen (Chandrarin, 2018:141).

3.4.5. Uji Hipotesis

3.4.5.1. Uji T

Uji signifikansi variabel (uji t) bertujuan menguji pegaruh variable independen dengan variable dependen dengan hasil analisis menunjukkan nilai p

$\leq 0,05$ maka pengaruh variabel independen terhadap satu variabel dependen adalah signifikan. Sebaliknya, jika hasil analisis menunjukkan nilai $> 0,05$ maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dinyatakan tidak signifikan (Chandrarin, 2018:142).

$$t - \text{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3.3 Uji T}$$

Sumber: (Sugiyono, 2016:184)

3.4.5.2. Uji F

Uji F dilakukan uji memengaruhi variabel independen terhadap variabel dependen yang direpresentasikan dengan benar dalam model persamaan regresi linier berganda. Apabila hasil analisis menunjukkan nilai p lebih kecil dari atau sama dengan 0,05 maka model persamaan regresi tersebut signifikan pada taraf alpha 5%, dapat disimpulkan bahwa model yang ditetapkan dalam persamaan regresi linier berganda sudah benar. Sebaliknya jika hasil analisis menunjukkan nilai $p > 0,05$ maka model persamaan regresi tidak signifikan pada taraf alpha 5%, dapat disimpulkan bahwa model yang dirumuskan dalam persamaan regresi linier berganda salah. (Chandrarin, 2018:141).

$$F = \frac{R/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad \text{Rumus 3.4. Uji F}$$

Sumber: (Sugiyono, 2016:192)

3.5. Lokasi dan Jadwal

3.5.1.Lokasi

Lokasi yang menjadi objek penelitian penulis adalah PT Lotus Karya Globalindo berlokasi di Orchid Park Business Center Blok A5 No 07.

3.5.2.Jadwal Penelitian

Tabel 3.2. Jadwal Penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan																			
	Sept 2020				Okto 2020				Nov 2020				Des 2020				Jan 2021			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■																			
Penyusunan Bab I		■	■	■																
Penyusunan Bab II					■	■			■	■	■	■								
Penyusunan Bab III									■	■	■	■								
Sebar kuesioner													■							
Pengolahan data														■						
Penyusunan Bab IV&V														■	■					
Pengumpulan Skripsi																				