

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu Dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan terhadap konsumen PT. Juragan Wifi Indonesia yang tersebar di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek). Adapun pengumpulan data direncanakan selama 1 bulan dengan menggunakan kuesioner yang disebar melalui media *google form*.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014) pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada pendekatan positivisme yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dan dilakukan melalui proses pengumpulan data dengan menggunakan instrumen tertentu dan data dianalisis dengan menggunakan statistik. Adapun jenis penelitian ini adalah asosiatif yang merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.

Metode penelitian ini adalah survei. Menurut Sugiyono (2014) metode survei merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, penelitian keperpustakaan dan sebagainya.

C. Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014) populasi diartikan sebagai 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 adalah 100 pelanggan PT. Juragan Wifi Indonesia yang tersebar di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek). Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan untuk penentuan pengambilan jumlah sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang penulis tentukan. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk mendapatkan sampel yang representatif. (Sugiyono, 2014).

D. Penyusunan Instrumen

Variabel adalah suatu atribut penelitian yang ditetapkan oleh peneliti atau yang menjadi fokus peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel bebas (X) dan 1 variabel terikat (Y). Adapun variabel bebas / variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2). Sedangkan variabel terikat / variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Penelitian ini mendefinisikan variabel kepuasan pelanggan (Y) menggunakan pendapat Kotler and Keller, (2009) yaitu Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dipersepsikan oleh produk/jasa atau hasil terhadap ekspektasi mereka.

Variabel kualitas layanan (X_1) dalam penelitian ini menggunakan pendapat Kotler dan Armstrong, (2014) yaitu banyaknya fitur dan produk layanan atau karakteristik layanan yang bergantung pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Definisi variabel harga (X_2) dalam penelitian ini menggunakan pendapat William J. Stanton dalam Angipora (1998) dimana harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

Indikator operasional variabel dan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1. Operasional variabel penelitian

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator Operasional Variabel	Skala Pengukuran
Kepuasan Pelanggan (Y)	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dipersepsikan oleh produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. (Kotler and Keller, 2009).	1. Tetap Setia 2. Membeli jasa yang ditawarkan 3. Merekomendasikan jasa 4. Bersedia membayar lebih 5. Memberi masukan (Kotler & Keller, 2012)	Ordinal
Kualitas Layanan (X_1)	banyaknya fitur dan produk atau karakteristik layanan yang bergantung pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. (Kotler dan Armstrong, 2014)	1. Tangibles 2. Reliabilitas 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Empati Parasuraman, Berry, & Zeithaml (1990)	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator Operasional Variabel	Skala Pengukuran
Harga (X ₂)	Jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. (William J. Stanton, 1998)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas diterima 4. Kesesuaian harga dengan manfaat diterima (William J. Stanton: 1998)	Ordinal

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian menggunakan metode kuesioner dan studi pustaka.

a) Metode Kuesioner

Metode kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, kuesioner akan disebarkan kepada responden dan responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner tersebut. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Juragan Wifi Indonesia yang tersebar di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek). Penyebaran kuesioner dilakukan secara situasional baik dengan cara tatap muka maupun dengan memanfaatkan teknologi (*google form*).

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang merupakan skala yang memberi skor 1-5. Menurut Sugiyono (2014) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penggunaan skala disebabkan

adanya kemudahan bagi responden dalam menjawab setiap pertanyaan.

Adapun susunan skala likert dalam penelitian ini adalah:

- a. Sangat Setuju diberi skor 5
 - b. Setuju diberi skor 4
 - c. Netral diberi skor 3
 - d. Tidak Setuju diberi skor 2
 - e. Sangat Tidak Setuju diberi skor 1
- b) Metode Studi Kepustakaan

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini juga menggunakan studi pustaka. Penggunaan studi pustaka dilakukan untuk memperkuat analisis penelitian. Studi pustaka dilakukan dengan melakukan telaah berbagai buku, jurnal, dan laporan-laporan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

F. Teknik Analisis Data

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Suatu instrumen penelitian yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan mencari korelasi dari setiap skor butir pertanyaan atau indikator terhadap skor totalnya. Yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dimana n adalah jumlah sampel dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2014)

rumus yang digunakan untuk uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

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

Dimana:

r_{xy} = Koefisien Korelasi *Product*

N = Besarnya Sampel Dalam Penelitian

$\sum X$ = Nilai Dari Variabel X (Variabel Bebas)

$\sum Y$ = Nilai Dari Variabel Y (Variabel Terikat)

$\sum X^2$ = Jumlah Total Jawaban Variabel Bebas Yang Telah dikuadratkan

$\sum Y^2$ = Jumlah Total Jawaban Variabel Terikat Yang Telah dikuadratkan

Untuk mengetahui apakah variabel yang di uji valid atau tidak, hasil korelasi dibandingkan dengan angka kritis tabel korelasi dengan taraf signifikan 0,05. Jika r hitung $>$ r -tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya jika nilai r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggambarkan pada kemantapan dan konsistennya alat ukur yang digunakan. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya, apabila alat ukur tersebut stabil, sehingga dapat diandalkan (*dependability*) dan dapat digunakan untuk meramalkan (*predictability*). Dengan demikian, alat ukur tersebut akan memberikan hasil pengukuran yang tidak berubah-ubah dan akan memberikan hasil yang serupa

apabila digunakan berkali kali. Oleh karena itu, pengujian reliabilitas instrumen penelitian atau angket dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi atau keajegan hasil yang diperoleh dari penggunaan instrumen atau alat ukur tersebut.

Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis program SPSS yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Menurut Sugiyono (2014) semakin nilai koefisien *Cronbach Alpha* mendekati satu, menunjukkan hasil yang diperoleh memiliki reliabilitas yang tinggi. Adapun rumus Alpha (Sugiyono, 2014:365) sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{K}{(K - 1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum S_t^2} \right\}$$

dimana:

r_{it} = koefisien reliabilitas

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum S_i^2$ = jumlah varians butir

$\sum S_t^2$ = varians total

3) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang mampu memberikan estimasi yang handal dan tidak bisa dalam mengambil keputusan. Berikut beberapa uji asumsi klasik yaitu:

a) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data akan dilakukan dari data yang telah didapatkan dari kuesioner dengan menggunakan alat bantu program statistik yaitu uji kolmogorov-smirnov (uji K-S) yaitu uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Jika nilai kolmogorov hitung $>$ nilai kolmogorov tabel berarti terdapat perbedaan yang signifikan, dan jika nilai kolmogorov hitung $<$ nilai kolmogorov tabel maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan (Suliyanto, 2011). Penerapan pada uji K-S adalah bahwa jika nilai kolmogorov hitung $<$ nilai kolmogorov tabel yang berarti data yang akan diuji tidak mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, sehingga data tersebut normal.

b) Uji Multikolinieritas

Uji asumsi klasik jenis ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau *independent variabel*, dimana akan diukur tingkat asosiasi pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai tolerance. Multikolinieritas terjadi jika nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan VIF > 10 . Jika nilai VIF tidak melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

c) Uji Heterokedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu diuji mengenai sama atau tidak sama varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Model regresi yang baik adalah varian residualnya bersifat homoskedastisitas atau tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Untuk

menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser yaitu dengan meregresi nilai-nilai residual terhadap variabel independen dengan persamaan regresi. Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan membandingkan nilai signifikansi variabel independen dengan nilai tingkat kepercayaan $\alpha = 0,05$. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari nilai α ($\text{sig} > \alpha$), maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4) Analisis Regresi Linier

Analisis regresi linier dalam penelitian ini adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Adapun rumus regresi linier dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Harga Produk

a, b1, b2 = Koefisien regresi

e = Error (variabel pengganggu)

Persamaan regresi linear digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (kualitas layanan, dan harga) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Selain itu, regresi linier juga digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

5) Uji Hipotesis t

Menurut Ghozali (2011) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas/independen (kualitas layanan, dan harga) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (*customer satisfaction*). Kriteria uji t yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, $\alpha = 5\%$, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, $\alpha = 5\%$, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan