

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

PT Indosat, Tbk sebelumnya bernama PT *Indonesian Satellite Corporation* adalah sebuah perusahaan penyelenggara jalur telekomunikasi dan multimedia terbesar ketiga di Indonesia untuk jasa seluler (Mentari, Matrix, IM3, dan StarOne). PT Indosat didirikan pada tahun 1967 sebagai Perusahaan Modal Asing dan pada tahun 1980 menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang penyelenggaraan telekomunikasi Internasional dan Nasional. Memasuki abad ke-21, Pemerintah Indonesia melakukan deregulasi di sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Dengan demikian, Telkom tidak lagi memonopoli telekomunikasi Indonesia. Pada tahun 2001 Indosat mendirikan PT Indosat Multi Media Mobile (IM3) dan menjadi pelopor GPRS dan multimedia di Indonesia. Pada akhir tahun 2002, Pemerintah Indonesia menjual 41,94% saham PT Indosat, Tbk ke *Singapore Technologies Telemedia Pte. Ltd.*. Dengan demikian, Indosat menjadi PMA. Kemudian saham milik *Singapore Technologies Telemedia Pte. Ltd.* dibeli oleh Qatar Telecom QSC 40,37%. Saat ini, komposisi kepemilikan saham PT Indosat, Tbk adalah: Publik (45,19%), Qatar QSC (40,37%), serta Pemerintah Republik Indonesia (14,44%).

Visi dan Misi PT. Indosat, Tbk

1. Visi Perusahaan (*Corporate Vision*)

Menjadi penyelenggara jaringan dan jasa telekomunikasi terpadu berfokus seluler/*wireless* yang terkemuka di Indonesia.

2. Misi Perusahaan (Corporate Mission)

Ada tiga misi atau sasaran pokok perusahaan yang dicanangkan oleh PT Indosat, Tbk. yaitu :

- a. Fokus pada Produk dan Jasa yang berkualitas, menyediakan dan mengembangkan produk, layanan dan solusi yang inovatif dan berkualitas.
- b. Meningkatkan *shareholder values* secara terus-menerus.
- c. Mewujudkan kualitas kehidupan *stakeholder* yang lebih baik.

PT Indosat memiliki produk-produk yang berkualitas. Berikut ini adalah produk *stater pack* PT Indosat yaitu :

1. Mentari merupakan kartu prabayar GSM yang dikeluarkan oleh Indosat untuk pengguna umum dengan nomor awal 0815 dan 0816 serta dapat digunakan di seluruh wilayah Indonesia. *Positioning* Mentari adalah *SIMCard* yang memiliki nilai kepercayaan, kekeluargaan, dan ekonomis serta dilengkapi dengan fitur-fitur dan layanan yang lengkap. Mentari hadir dengan jangkauan nasional, gratis *roaming* nasional, satu tarif untuk menelpon sesama Mentari dan Matrix di seluruh Indonesia, dengan *tagline*, “Mentari lengkap, melengkapi hidup anda.”

2. IM3 (Indosat Multi Media Mobile) adalah kartu Prabayar GSM yang difokuskan untuk kaum muda. IM3 memiliki banyak layanan dan bonus yang seru serta tarif yang murah. Tidak hanya telepon dan SMS yang ditawarkan dengan harga yang murah namun beragam fasilitas multimedia dapat dinikmati oleh pelanggan IM3 ini.
3. Matrix1, layanan GSM pasca bayar Indosat dengan nomor awal 0815, 0816, 0855 yang memberikan kebebasan bagi anda dalam memilih. Matrix menyediakan dua layanan kartu GSM, yaitu Prabayar dan Matrix Auto. Matrix dilengkapi kapasitas SIM card yang lebih besar, menu *browser* yang canggih sehingga memungkinkan kita menyimpan lebih banyak nomor dan SMS, serta akan membawa kita ke dimensi baru *Personal Data Communication*. Jaringan Matrix yang mencakup lima benua di dunia, memungkinkan Matrix untuk dibawa ke luar negeri dan seluruh wilayah di Indonesia.
4. Star One, layanan telekomunikasi suara dan data nirkabel dengan teknologi fixed wireless access CDMA. IX adalah kombinasi layanan telepon tetap dan bergerak dengan suara jernih, serta memberikan kenyamanan komunikasi untuk semua orang.

Tempat yang akan dilakukan penelitian oleh penulis adalah SMA Negeri 99, yang beralamat di Jalan Cibubur II, Cibubur-Ciracas, Jakarta Timur 13710. Objek penelitian yang menjadi *variable bebas (independent variable)* yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2). Kemudian *variable terikat*

(*dependent variable*) adalah kepuasan konsumen (Y) operator seluler IM3. Waktu penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah rentan waktu bulan Februari hingga Juli 2011.

3.1.1 Batasan Penelitian

Batas-batas penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada SMA Negeri 99, Jakarta Timur.
2. Produk yang diteliti pada penelitian ini adalah operator seluler IM3.
3. Responden penelitian dari konsumen operator seluler IM3.
4. Responden yang dipilih yaitu hanya mereka yang menggunakan operator seluler IM3 pada SMA Negeri 99, Jakarta Timur.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian *survey* yaitu suatu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Dalam penelitian juga menggunakan dua desain, yaitu desain deskriptif dan kausal. Desain deskriptif adalah bertujuan untuk mendeskripsikan variabel penelitian. Menurut Malholtra dan Peterson (2010:80) desain penelitian yang digunakan merupakan riset *conclusive* yang bersifat kausal (*causal research*), tujuannya adalah mempelajari hubungan sebab-akibat antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Dalam Malhotra dan Peterson (2010:97), data primer adalah data yang dikumpulkan oleh penelitian dan digunakan untuk tujuan tertentu dari pemecahan suatu permasalahan. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner, dan bukan berasal dari pengumpulan data yang pernah dilakukan sebelumnya, guna mengetahui kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen dari hasil survei. Sedangkan data sekunder adalah data yang telah kumpulkan untuk suatu tujuan dibandingkan dengan pemecahan masalah (Malhotra dan Peterson, 2010 : 97). Data-data yang peneliti kumpulkan melalui pencarian lewat situs-situs internet, media massa, majalah dan jurnal, antara lain sejarah dan profil perusahaan, data tingkat kepuasan konsumen dan data yang berkaitan dengan topik bahasan penelitian.

3.3 Operasional Variabel

Dari definisi konseptual variabel-variabel penelitian, kemudian diketahui dimensi dan indikator untuk masing-masing variabel dengan menggunakan skala pengukuran Likert, sebagai berikut:

Table 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Kualitas produk (Kotler&Amstrong, 2012 : 254) adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menekankan kepada kemampuan produk	<i>Performance</i> adalah karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur dan aspek-aspek	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas suara yang jernih • Jangkauan luas 	1, 2

<p>atau jasa tersebut untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan pelanggan.</p>	<p>kinerja individu.</p> <p>Features, dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk.</p> <p>Reliability adalah keandalan suatu produk yang berkaitan dengan kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (<i>malfunction</i>) pada suatu periode.</p> <p>Serviceability, kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan dan kemudahan produk untuk diperbaiki.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Transfer pulsa ke sesama IM3 • Keberadaan <i>conference call</i> ke 5 tujuan sekaligus • Tidak adanya gangguan jaringan (<i>trouble</i>). • Tahan terhadap segala macam kondisi cuaca • <i>Customer service</i> IM3 mudah dihubungi • Pelayanan <i>customer service</i> ramah 	<p>3, 4</p> <p>5, 6</p> <p>7, 8</p>
<p>Kotler (2012:314) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang untuk produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang pelanggan tukarkan untuk mendapatkan keuntungan dari mempunyai atau menggunakan produk atau jasa tersebut.</p>	<p><i>Value for money</i></p> <p><i>Price consciousness</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Perkiraan Harga • Kesesuaian Pengorbanan • Harga sesuai dengan manfaat • Harga kompetitif • Mencari harga yang relatif lebih murah 	<p>9, 10, 11</p> <p>12, 13</p>

<p>Kepuasan pelanggan (Kotler, 2012 : 150) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka.</p>	<p><i>Attributes related to product</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian manfaat produk • Komponen fisik atau unsur-unsur dari produk (features) • Ketersediaan jenis variasi produk yang ditawarkan 	14, 15, 16
	<p><i>Attributes related to services</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kecepatan menangani keluhan pelanggan • Kemampuan menyelesaikan masalah pelanggan 	17, 18
	<p><i>Attributes related to purchase</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan mendapatkan informasi mengenai perusahaan serta produk • Reputasi perusahaan 	19, 20

Sumber : Data diolah peneliti

3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Malhotra dan Peterson (2010 : 364) target populasi adalah kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi yang peneliti butuhkan. Sedangkan Malhotra dan Peterson (2010 : 364) mengatakan unit sampel adalah unit dasar yang berisikan elemen dari populasi yang diambil sampelnya. Populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah siswa-

siswa SMA Negeri 99 Jakarta Timur yang menggunakan operator seluler IM3. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *simple random sampling* yang merupakan teknik *sampling* probabilitas dimana setiap elemen dalam populasi telah diketahui dan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih (Malhotra & Peterson, 2010 : 378). Berikut ini adalah data jumlah siswa SMA Negeri 99, Jakarta Timur yang menggunakan operator seluler IM3:

Tabel 3.2
Jumlah siswa SMA Negeri 99, Jakarta Timur yang menggunakan Operator seluler IM3

Kelas	Jumlah	Kelas	Jumlah	Kelas	Jumlah
X-A	21	XI IPA 1	17	XII IPA 1	25
X-B	19	XI IPA 2	23	XII IPA 2	16
X-C	20	XI IPA 3	21	XII IPA 3	21
X-D	18	XI IPA 4	21	XII IPA 4	23
X-E	20	XI IPS 1	19	XII IPS 1	20
X-F	19	XI IPS 2	20	XII IPS 2	22
X-G	16	XI IPS 3	18	XII IPS 3	21
X-H	22	XI IPS 4	24	XII IPS 4	20
155		163		168	
Total Keseluruhan			486		

Sumber :Data diolah peneliti

Besaran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (dalam Umar, 2005:146) :

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = 5% kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan maka,

$$n = \frac{486}{1 + 486 (0.05)^2}$$

$$n = 219,16$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 219 responden.

3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner dan menggunakan skala pengukuran yaitu Likert. Menyebarkan kuesioner dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan dalam angket yang sudah disiapkan kepada responden yang menggunakan operator seluler IM3 di SMA Negeri 99, Jakarta Timur. Kuesioner diberikan kepada siswa pada saat istirahat dan pulang sekolah, semua responden diharapkan mampu memberikan jawaban yang sesuai dengan pertanyaan dalam angket penelitian. Sebelum angket penelitian yang *final* disebarkan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji instrumen.

3.5.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas menggunakan korelasi *bivariate pearson* (produk momen *pearson*). Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan *item*. *Item-item* pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan *item-item* tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap (Priyanto, 2009:17).

Rumusnya sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel x dan y

n : Jumlah sampel

x : Nilai total atribut

y : Nilai dari variabel

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut (Arikunto, 2002) :

1. Jika nilai koefisien korelasinya $\geq 0,361$ maka butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.
2. Jika nilai koefisien korelasinya $\leq 0,361$ maka butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Dilakukan untuk menguji sejauh mana *item-item* instrumen dapat merefleksikan kesamaan konstruk. Dan juga digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Priyanto, 2009:25)

Untuk menguji reliabilitas *item-item* instrumen yang dianggap valid digunakan *Cronbach's Alpha Reliability*.

$$r_{tt} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \left(\frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right) \right]$$

Keterangan :

r_{tt} : Reliabilitas instrumen

σ^2 : Variabel total

$\sum \sigma b^2$: Σ variabel butir

k : Banyaknya butir pertanyaan atau Σ soal

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut (Arikunto, 2002:171) :

1. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0.6 , maka instrumen dikatakan reliabel
2. Jika nilai Cronbach's Alpha < 0.6 , maka instrumen dikatakan tidak reliabel

3.6 Metode Analisis

Pengujian dan analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS untuk mengolah data.

3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif (Duwi Priyatno, 2010 : 61).

Untuk mengukur adanya pengaruh dimensi-dimensi kualitas produk dan harga yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2), terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan menggunakan regresi linier berganda menurut Malhotra dan Peterson (2006 : 514) adalah:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

a = konstanta, nilai Y jika semua nilai X adalah nol

b_1, b_2 = koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel \hat{Y} yang didasarkan variabel X_1 dan X_2

X_1 = kualitas produk

X_2 = harga

\hat{Y} = nilai prediksi variabel dependen

3.6.2 Uji Asumsi Dasar

a. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval atau pun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Penghitungan uji ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*.

Kriteria pengambilan kesimpulannya adalah :

1. Jika $\text{sig} > 0.05$ maka data pada variabel berdistribusi normal
2. Jika $\text{sig} < 0.05$ maka data pada variabel tidak berdistribusi normal

b. Uji linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linierity* dengan taraf signifikansi 0.05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Linierity*) kurang dari 0.05.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik Regresi

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan di mana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Pada penelitian ini digunakan *Variante Inflation Factor* (VIF), untuk menguji multikolinieritas dapat melihat *Variante Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria pengambilan kesimpulan :

1. Jika nilai VIF < 5 maka tidak terdapat multikolinieritas
2. Jika nilai VIF > 5 maka terdapat multikolinieritas

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Pada penelitian metode heteroskedastisitas yang digunakan adalah uji *Spearman's rho*, yaitu mengkorelasikan nilai residual (Unstandardized residual) dengan masing-masing variabel independen. Jika signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka pada

model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas (Duwi Priyatno, 2010).

3.6.4 Uji Hipotesis

a) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Priyanto, 2009:83)

Rumus t hitung pada analisis regresi adalah :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

b_i = koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = Standar error variabel i

Kriteria uji t :

Apabila nilai $p\text{-value}$ t-test > 0.05 maka hipotesis diterima

Apabila nilai $p\text{-value}$ t-test < 0.05 maka hipotesis ditolak

b) Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Priyanto, 2009: 81).

Fhitung dapat dicari dengan rumus :

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

Dimana :

R^2 = koefisien determinasi

n = jumlah data atau kasus

k = jumlah variabel independen

Dengan kriteria pengujian :

1. Jika nilai *p-value* Fhitung > 0,05 maka hipotesis diterima.
2. Jika nilai *p-value* Fhitung < 0,05 maka hipotesis diterima.

c) Analisis Determinasi (R^2)

Merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau keputusan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi (Suharyadi, 2004:514). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentasi variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen (Priyanto, 2009:79).

$$R^2 = \frac{(ryx1)^2 + (ryx2)^2 - 2.(ryx1) - (ryx2)^2.(rx1.x2)}{1 - (rx1x2)^2}$$

Dimana :

R^2 = koefisien determinasi

r_{yx^1} = korelasi sederhana (*product moment pearson*) antara X1
dengan Y

r_{yx^2} = korelasi sederhana (*product moment pearson*) antara X2
dengan Y

$r_{x^1-x^2}$ = korelasi sederhana (*product moment pearson*) antara X1
dengan X2

apabila :

1. $R^2 = 1$, maka variable bebas X mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%
2. $R^2 = 0$, maka variabel bebas X tidak mampu menerangkan variabel Y