

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data primer menggunakan metode survei. Survei merupakan proses pengukuran yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner (Cooper dan Schindler Dalam Nusa, 2010). Penelitian ini dimulai dengan hipotesis dan melibatkan prosedur yang tepat dengan sumber data yang spesifik karena itu penelitian ini termasuk dalam confirmatory research.

Menurut Creswell (2016) desain penelitian merupakan model atau metode yang digunakan peneliti untuk melakukan suatu penelitian yang memberikan arah terhadap jalannya penelitian. Desain penelitian memberikan prosedur untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyusun atau menyelesaikan masalah dalam penelitian. Desain penelitian merupakan dasar dalam melakukan penelitian.

1.2 Tempat dan Waktu

Penulisan memilih lokasi penelitian di oxy laundry dan konsumen yang pernah memakai jasa oxy laundry maupun konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan bisa dijadikan responden yang berlokasi.

Waktu yang penelitian yaitu di butuhkan penulis untuk mencari responden dan menyebarkan kuissoner pada bulan Maret- April 2020.

1.3 Jenis dan Sumber Data

1.3.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif pendekatan, kuantitatif menekankan pada fenomena- fenomena objektif dan dikaji secara kuantitatif, maksimalisasi objektivitas desain pendekatan kuantitatif dilakukan dengan menggunakan angka-angka pengolahan (Hamdi dan Baharudin, 2015:5)

1.3.2 Sumber Data

a. Sumber data primer

Data primer membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama, biasanya kita sebut dengan responden. Data atau informasi di peroleh melalui pernyataan tertulis dengan menggunakan kuesioner atau lisan dengan menggunakan metode wawancara. (Jonathan Sarwono, 2006:16)

b. Sumber data sekunder

Data sekunder menggunakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai sarana untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang diteliti. Data ini juga dikenal dengan data yang menggunakan studi kepustakaan dan yang biasanya digunakan oleh para peneliti yang menganut paham pendekatan kualitatif.

1.4 Populasi Dan Sample

1.4.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah general yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2011: 17). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen oxy laundry wonocolo.

1.4.2 Sample Penelitian

Menurut Sugiono (2008: 118), Sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Sampel yang akan saya ambil untuk penelitian ini adalah 100 orang.

Menurut (Jonathan Sarwono, 2006:112) Proses pengambilan sampel merupakan cara-cara kita dalam memilih sampel untuk studi tertentu. Proses terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:

- a) Tahap 1 : Memilih populasi
Menentukan populasi yang menarik untuk dipelajari. Suatu populasi yang baik ialah mencakup rancangan eksplisit semua element yang terlibat biasanya meliputi empat komponen, yaitu: element, unit sampling, keluasaan skop dan waktu.
- b) Tahap 2 : memilih unit-unit sampling
Unit-unit sampling adalah unit analisis dari mana sampel diambil atau berasal. Karena kompleksitas penelitian dan banyaknya desain sampel, maka pemilihan unit-unit sampling harus dilakukan dengan seksama.
- c) Tahap 3 : Memilih kerangka sampling
Memilih kerangka sampling merupakan tahapan yang penting karena jika kerangka sampling yang dipilih secara memadai tidak mewakili populasi, maka generalisasi hasil penelitian meragukan.
- d) Tahap 4 : Memilih desain sampel
Desain sampel merupakan tipe metode atau pendekatan yang digunakan untuk memilih unit-unit analisis study. Desain sampel sebaiknya dipilih sesuai dengan tujuan penelitian.

- e) Tahap 5 : Memilih ukuran sampel
Ukuran sampel tergantung beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya ialah.
- Homogenitas unit-unit sampel.
 - Kepercayaan
 - Presisi
 - Kekuatan statistik
 - Prosedur analisis
 - Biaya
- f) Tahap 6 : Memilih rancangan sampling
Rancangan sampling menentukan prosedur operasional dan metode untuk mendapatkan sampel yang diinginkan. Jika dirancang dengan baik rancangan sampling akan menuntun peneliti dalam memilih sampel yang digunakan dalam study, sehingga kesalahan yang akan muncul dapat ditekan sekecil mungkin.
- g) Tahap 7 : Memilih sampel
Tahap akhir dalam proses ini ialah penentuan sampel untuk digunakan pada proses penelitian berikutnya yaitu koleksi data.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan kuisisioner, kuisisioner sendiri merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan angket atau daftar pernyataan kepada konsumen yang telah menggunakan jasa Oxy Laundry Wonocolo. pengisian kuisisioner ini diukur dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2012:93), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Dalam penelitian ini, penulisan menggunakan skala likert untuk mengetahui pengukuran jawaban responden yang mana menggunakan kuisisioner.

Cara mengukurnya adalah dengan menghadap seseorang responden dengan sebuah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidaksetuju. Jawaban ini diberikan skor 1 sampai 5.

Skala likert:

Tabel 3.1 Skala Likert

SKOR	KATEGORI
5	Sangat Setuju
4	Setuju

3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

1.6 Definisi Variabel Dan Definisi Operasional

1.6.1 Definisi Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau memberi suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Natsir, 1999).

1.6.2 Definisi Variabel

a) Persepsi harga (X_1)

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:314) persepsi harga merupakan pendapat atau asumsi seorang konsumen tentang harga atau sejumlah uang yang dibebankan untuk mendapatkan manfaat dengan memiliki atau menggunakan jasa atau produk.

b) Kualitas Pelayanan (X_2)

Definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

c) Lokasi (X_3)

Menurut Kotler (2003) mengatakan bahwa perusahaan sebaiknya perlu secara matang mempertimbangkan pemilihan lokasi usaha untuk pengembangan dimasa depan.

d) Kepuasan konsumen (Y)

Menurut Etta dan Sopiah (2013:181), kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang di terima oleh konsumen.

1.6.3 Definisi operasional

Menurut sugiono (2012:58) adalah suatu yang dapat mengartikan atau memberi makna atau konsep tertentu, sehingga tidak salah di mengerti sehingga definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persepsi harga (X_1)

Menurut kusdyah (2012) indikator yang digunakan untuk mengukur variabel persepsi harga, yaitu:

1. Harga makanannya terjangkau
 2. Sesuai fasilitas yang akan diterima
 3. Sesuai layanan yang akan diterima
 4. Lebih murah dari pesaing
2. Kualitas Layanan
- Menurut zeithhaml, parasuraman dan berry dalam hardiansyah (2011:46) ada 5 indikator pokok kualitas pelayanan, yaitu:
1. (Tangibles) bukti fisik
 2. Reability (kehandalan)
 3. Responsivess (Ketanggapan)
 4. Assurance (jaminan)
 5. Emphaty (empati)
3. Lokasi
- Menurut fure (2013) indikator lokasi ada empat, yaitu
1. Ketersediaan lahan parkir
 2. Memiliki tempat yang cukup luas, alat transportasi yang mudah dijangkau.
 3. Lokasi dilalui banyak alat transportasi
 4. Lokasi yang strategis

1.7 Proses Pengolahan Data

Menurut jonathan (2006:135) pengolahan data atau disebut juga proses pra-analisis mempunyai tahap-tahap sebagai berikut.

- a) Editing data
Proses editing merupakan proses dimana peneliti melakukan klarifikasi, keterbacaan, konsistendan kelengkapan data yang sudah terkumpul.
- b) Pengembangan variabel
Yang dimaksud pengembangan variabel ialah spesifikasi variabel yang diperlukan oleh peneliti yang tercakup dalam data yang sudah terkumpul atau dengan kata lain apakah semua variabel yang diperlukan sudah termasuk dalam data.
- c) Pengkodean data
Pemberian kode pada data dimaksudkan untuk menerjemahkan data kedalam kode-kode yang biasanya dalam bentuk angka.
- d) Cek kesalahan
Peneliti melakukan pengecekan kesalahan sebelum dimasukan kedalam komputer untuk melihat apakah langkah-langkah sebelumnya sudah diselesaikan tanpa kesalahan yang serius.
- e) Membuat struktur data
Peneliti membuat struktur data yang mencakup semua data yang dibutuhkan untuk analisis kemudian dipindahkan kedalam komputer.

- f) Cek preanalisis komputer
Struktur data yang sudah final kemudian dipersiapkan untuk analisis komputer dan sebelumnya harus dilakukan pengecekan preanalisis komputer agar diketahui konsistensi dan kelengkapan data.
- g) Tabulasi
Tabulasi merupakan kegiatan menggambar jawaban responden dengan cara tertentu. Tabulasi juga dapat digunakan untuk menciptakan statistik deskriptif variabel-variabel yang diteliti atau variabel yang akan di tabulasi silang

1.8 Metode Analisis Data

1.8.1 Uji Kualitas Data

1) Uji Validasi Data

Validitas menunjukkan seberapa jauh suatu alat pengukur (instrumen) itu menunjukkan apa yang akan diukur. Pengujian validitas di gunakan untuk mengukur benar atau tidak benarnya suatu kuisioner. kuisioner bisa dikatakan valid apabila pernyataan yang terdapat pada kuisioner bisa mengungkap suatu yang akan diukur oleh kuisioner. Ghozali (2009) mengatakan bahwa uji validasi digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuisioner. Oleh karena itu apabila terdapat pada uji validasi instrumen ditemukan sebuah komponen yang tidak valid dapat dikatakan bahwa komponen tersebut tidak konsisten dengan komponen-komponen lain untuk mendukung sebuah konsep.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Sugiharto dan Situnjak (2006) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Ghozali (2009) mengatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari perubah atau konstruk.

3) Uji Normalitas Data

Normalitas data adalah syarat yang harus dipenuhi oleh suatu sebaran data sebelum melakukan analisis regresi. Hal ini berguna untuk ,menghasilkan model regresi yang baik. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2013:145). Uji normalitas data ini dilakukan untuk menguji apakah didalam sebuah regresi, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

1.8.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini uji asumsi klasik terdiri dari: uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Semua uji asumsi klasik ini di olah dengan menggunakan cara program SPSS.

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantar variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkolerasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan 0 (Ghozali 2005:91).

Multikolinearitas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabel bebas yang terpilih dan tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10 (Ghozali, 2005:92).

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain.

1.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur atau menganalisis besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

$$Y=b_1X_1+b_2X_2+b_3 X_3+e$$

Dimana :

Y= kepuasan konsumen

B1 = Koefisien regresi kualitas pelayanan

B2 = Koefisien regresi persepsi harga

B3 = Koefisien regresi lokasi

X1 = Kualitas layanan

X2 = Persepsi harga

X3 = Lokasi

e = Varian pengganggu

1.9 Teknik Pengujian Hipotesis Dan Analisis Data

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

- 1) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hipotesis (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter sama dengan nol, atau $H_0 : = 0$ yang artinya adalah apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2005:94). Hipotesis alternatifnya (H_a), parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau $H_0 : \neq 0$ yang artinya adalah variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan atas dasar pengambilan keputusan dengan syarat berikut:
 - a) Jika tingkat signifikansi t hitung $> 0,05$, maka H_0 diterima (tidak signifikan) dan H_a diterima.
 - b) Jika tingkat signifikansi t hitung $< 0,05$, maka H_0 ditolak (signifikan) dan H_a ditolak.T hitung diperoleh dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ (satu sisi) dengan tingkat signifikansi 0,05 (Sugiyono, 2004:86)
- 2) Uji statistik F, uji F pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara semua variabel bebas dan terikat, apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimasukkan untuk mengukur besarnya pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel terikatnya. kriteria pengujianya yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 - a) Jika tingkat signifikansi F hitung $> 0,05$ maka H_0 diterima (tidak signifikan) dan H_a ditolak.
 - b) Jika tingkat signifikansi F hitung $< 0,05$ maka H_0 ditolak (signifikan) dan H_a diterima.
- 3) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-

variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variasi dependen (Sugiyono, 20014:88).