

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pengertian desain penelitian menurut Sugiyono dalam buku metode penelitian adalah sebagai berikut: “Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu” (Sugiyono, 2013:2).

Informasi yang hendak diambil dalam penelitian ini adalah pengaruh produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses, bukti fisik terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan karakteristik masalah yang diteliti, penelitian ini di klarifikasikan dalam penelitian deskriptif yang merupakan penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi. Yang menjadi populasinya adalah seluruh konsumen yang menggunakan dan membeli smartphone Samsung di Surabaya dan penelitian ini dilakukan dengan survey lapangan dengan menyebar kuisioner untuk mendapatkan data primer yang diperoleh dari sumber aslinya.

3.2 Tempat dan Waktu

Lokasi yang dijadikan objek penelitian yaitu pada Samsung Store PTC Surabaya yang beralamatkan Supermall I No 136-138, Lontar, Jalan Puncak Indah lontar No.2, Babatan, Wiyung, Kota SBY, Jawa Timur 60217, Indonesia.

Waktu pengambilan data dalam penelitian ini yaitu dilakukan pada bulan September 2019 sampai dengan November 2019.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

3.3.1 Jenis Data

1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (scoring). Jadi data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh

dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot. (Sugiyono 2015:23) .

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data Primer

Data primer menurut Umi Narimawati ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang-orang yang kita jadikan objek penelitian. (Umi Narimawati, 2008:98).

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner yang bersifat tertutup, artinya batasan subjek di batasi dengan beberapa jawaban alternatif. Pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala *likert* dengan skala 1-5. Dalam penelitian ini skala *likert* menggunakan 5 jawaban yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), cukup (3), setuju (4), sangat setuju (5) atau dengan keterangan lain seperti dibawah ini.

Tabel 3.1
Skala Penilaian Pernyataan

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup (C)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: *data kuesioner*

Pengukuran tanggapan responden terhadap objek penelitian ini menggunakan skala *likert* 5 poin dimana masing-masing pernyataan diberi skor 1 sampai 5

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer. (Sugiyono, 2013:522).

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

“Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2013:117).

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen yang membeli dan menggunakan produk Smartphone Samsung di Surabaya.

Populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya karena data tidak diperoleh dari Samsung Store.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2013:56).

Untuk besarnya sampel dapat ditentukan dengan rumus menurut (Green, 1991:30) yaitu $50+8n$, dimana n adalah jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian menurut jurnal Eunice Madah Koentjoro dan Dr. Hartono Subagio, S.E, M.M. Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah:

$$50+8(8) = 114$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 114 responden.

Pemilihan sampel pada penelitian ini, karena sampel diambil dari seluruh konsumen yang membeli dan menggunakan produk smartphone Samsung di Surabaya karena mampu memberikan data yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti:

- Berjenis kelamin Pria dan Wanita
- Usia diatas 17-35 tahun
- Memiliki dan menggunakan Smartphone Samsung
- Membeli produk di Samsung Store PTC Surabaya

3.5 Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus, dimana sampel diperoleh dari suatu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang dikehendaki karena konsumen memang memiliki informasi tersebut dan memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti

3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional

3.6.1 Definisi Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:60). Dalam penelitian ini yang dilakukan penulis terdiri dari dua variabel yaitu:

1. Variabel Bebas

Variabel bebas atau independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2013:61). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu: Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), Tempat/lokasi (X_4), Orang/karyawan (X_5), Proses (X_6), Bukti Fisik (X_7).

2. Variabel Terikat

Variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini yaitu: Kepuasan Konsumen (Y).

3.6.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan member arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Pengertian operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi:

1) Produk

Produk adalah layanan yang ditawarkan oleh Samsung Store kepada konsumen untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumennya yang menggunakan indikator:

1. Variasi produk
2. Kebutuhan produk

3. Kualitas produk

2) Harga

Harga adalah banyaknya uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan di Samsung Store melalui indikator :

1. Daya saing harga
2. Harga terjangkau
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

3) Promosi

Promosi adalah bentuk persuasi secara langsung yang dilakukan oleh karyawan Samsung Store untuk menarik konsumen dengan mempertimbangkan indikator:

1. Periklanan
2. Penjualan personal
3. Promosi penjualan
4. Hubungan masyarakat
5. Pemasaran langsung

4) Tempat/lokasi

Lokasi yang dimaksud adalah lokasi yang berhubungan dengan pelayanan operasional Samsung Store yang melayani konsumennya. Yang mempengaruhi lokasi :

1. Saluran distribusi
2. Jangkauan lokasi
3. Lokasi penjualan
4. Persediaan

5) Orang/karyawan

Orang adalah keterlibatan orang meliputi karyawan dan staff untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, dimana hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Yang mempengaruhi orang:

1. Sikap karyawan
2. Penampilan karyawan
3. Pelayanan karyawan terhadap konsumen
4. Kinerja karyawan

6) Proses

Proses adalah cara atau mekanisme yang dilakukan oleh karyawan untuk menarik konsumen membeli barang/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

1. Kebijakan
2. Prosedur
3. Mekanisasi
4. Keterlibatan karyawan dengan pelanggan

7) Bukti Fisik

Bukti fisik adalah lingkungan fisik yang meliputi atribut toko, desain toko, dan penataan produk, dimana hal tersebut akan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli.

1. Bangunan fisik
2. Peralatan
3. Perlengkapan
4. Logo
5. Desain dan Tata ruang
6. Brosur

8) Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen yaitu sikap keseluruhan yang diperlihatkan oleh konsumen terhadap suatu produk setelah menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut, lalu diukur melalui indikator:

1. Kualitas produk
2. Kualitas pelayanan
3. Harga produk
4. Faktor emosional
5. Biaya dan kemudahan
6. Promosi

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari perusahaan, landasan teori dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini dengan cara dokumentasi. Studi dilakukan antara lain dengan mengumpulkan data yang bersumber dari literatur–literatur, bahan kuliah,

dan hasil penelitian lainnya yang ada hubungannya dengan objek penelitian. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan tambahan pengetahuan mengenai masalah yang sedang dibahas.

2. Studi Lapangan

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data yang diperlukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada perusahaan yang bersangkutan, melalui penyebaran kuesioner kepada para responden

3.8 Proses Pengolahan Data

Menurut Sugiyono proses pengolahan data atau analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan, lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat dengan mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Bogdan dalam Sugiyono, 2013:244).

Tahap-tahap yang dilakukan dalam melakukan proses pengolahan data, yaitu:

- 1) Editing, yaitu melakukan seleksi dan koreksi atas jawaban kuesioner dari responden untuk mendapatkan jawaban yang valid dengan kriteria. Tidak ada jawaban ganda, pertanyaan terjawab semua dan bebas dari coretan.
- 2) Decoding, yaitu memberi kode atau skor pada jawaban kuesioner agar mudah dikenali atau diamati.
- 3) Tabulasi, yaitu menyusun data hasil kuesioner ke dalam kolom-kolom tabel agar dapat dengan mudah dianalisis.
- 4) Scoring, yaitu proses penentuan skor atas jawaban responden yang dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori yang cocok tergantung pada anggapan atau opini responden.

3.9 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan beberapa data pengujian hipotesis dan teknik analisis, yaitu : Uji Prasyarat Analisis/Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Determinasi (R^2), Uji F dan Uji t dengan pengolahan data menggunakan SPSS Statistik, dimana variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari 2 (dua) variabel, dan penelitian ini menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y sehingga menggunakan beberapa Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.

3.9.1 Uji Prasyarat Analisis/ Uji Instrumen

Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Uji validitas dan reliabilitas

Sebuah kuisisioner mempunyai dua syarat penting yaitu keharusan sebuah kuesioner yang valid dan reliabel. Oleh karena itu, sebelum mengolah data diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah isi dari kuesioner tersebut sudah valid dan reliabel atau tidak. Kedua uji tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Pengertian Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keaslian suatu instrumen. Suatu pokok uji dikatakan valid apabila memiliki koefisien korelasi yang tinggi antara skor butir dengan skor total. Teknik yang digunakan untuk uji validitas butir soal adalah teknik korelasi produk moment. Tujuan dari pengujian validitas pada data-data yang diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada responden adalah untuk mengecek apakah isi kuesioner tersebut telah cukup dipahami untuk semua responden, yang diindikasikan oleh kecilnya presentasi jawaban dari responden yang terlalu menyimpang dari rata-rata jawaban responden lain. Uji validitas menggunakan analisis korelasi pearson, keputusan mengetahui valid tidaknya butir instrument. Jika pada tingkat signifikan 5% nilai r hitung $> r$ variabel maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid (Arikunto, 2010:86).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama. (Sugiyono, 2013:354)

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali selain uji Regresi Linier Berganda diperlakukan juga uji asumsi klasik yang terdiri dari:

1) Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Uji multikolonieritas dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Infantion Factor (VIF)*. Jika terjadi korelasi, maka

dinamakan *problem* Multikolinieritas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2009:95).

2) Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dengan menggunakan grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat dengan residual. Jika grafik *plot* menunjukkan suatu pola titik seperti titik yang bergelombang atau melebar kemudian menyempit, maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika grafik *plot* tidak membentuk pola yang jelas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2009:125-126).

3) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengukur apakah di dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal.

3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas).

Dapat diambil kesimpulan bahwa analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y) dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel independen yang diketahui. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y	= Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
X_1, \dots, X_n	= Variabel independen
A	= Konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)
b	= Koefisien regresi
X_1	= Produk
X_2	= Harga
X_3	= Promosi

X4	= Lokasi
X5	= Orang
X6	= Proses
X7	= Bukti fisik

3.9.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2009:87).

3.9.5 Pengujian Hipotesis

Masing-masing variabel diukur menggunakan skala likert. Pengujian hipotesis yang digunakan untuk melihat hubungan yang signifikan antara variabel *independent* dan variabel *dependent* yaitu Uji F dan Uji t.

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji statistik F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05 (Ghozali, 2009:88).

Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu Produk, Harga, Promosi, Tempat/lokasi, Orang, Proses, Bukti Fisik tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikatnya yaitu Kepuasan Konsumen.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu Produk, Harga, Promosi, Tempat/lokasi, Orang, Proses, Bukti Fisik mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikatnya yaitu Kepuasan Konsumen.

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a) Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b) Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05 (Ghozali, 2009:88).

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Variabel-variabel bebas (Produk, Harga, Promosi, Tempat/lokasi, Orang, Proses, Bukti Fisik) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen).

H_a : Variabel-variabel bebas (Produk, Harga, Promosi, Tempat/lokasi, Orang, Proses, Bukti Fisik) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen).

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a) Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b) Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.