

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam upaya mendapatkan data guna menjawab rumusan masalah, peneliti mengimplementasikan jenis penelitian lapangan (*Field Reseach*). Sementara itu, jenis penelitiannya penulis memfokuskan penelitiannya pada situs atau lapangan tertentu. Dalam penelitian ini, dilakukan pada situasi yang alamiah, namun didahului dengan adanya beberapa campur tangan oleh peneliti. Campur tangan ini bertujuan untuk didapatinya fakta atau kejadian yang diinginkan peneliti agar bisa diamati.¹ Informasi yang menjadi fokus pengamatan yakni pengaruh harga, tingkat pelayanan dan produk terhadap kepuasan konsumen pada di PT. Biantara Jaya Service.

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Dimana pendekatan kuantitatif cara kerjanya dibantu dengan numerisasi, dan data yang di dapatkan berupa bilangan (nilai atau skor dan peringkat atau frekuensi) dan dilanjutkan dengan menganalisisnya memanfaatkan statistik dalam menjawab hipotesis yang bersifat spesifik yang digunakan dalam memberikan prediksi bahwa adanya pengaruh antar variabel dengan syarat utama yaitu representatifnya sampel yang diambil.²

B. Setting Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat di PT Biantara Jaya Services yang berjalan dalam bidang jasa yang terletak di jalan Mampang Papatan Raya No. 10 Jakarta Selatan.

2. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini pada Januari – Februari 2023.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu

¹ Saifuddin Azwar, “*Metode Penelitian*”, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001): 21

² Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009): 7.

berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.³ Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen PT. Biantara Jaya Service Jakarta.

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini memakai *nonprobability sampling*, adalah teknik pengambilan sampel dengan cara sampel diambil secara acak. Dalam penelitian ini menggunakan cara *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara memilih siapa yang kebetulan dijumpai. Dengan demikian, *accidental sampling* berdasar pada faktor spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik maka orang tersebut dapat dijadikan sebagai sampel (responden).⁴ Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 100 konsumen untuk dijadikan sebagai sampel.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan. Dalam hal ini dapat dilakukan dengan memperhatikan aspek perilaku, faset, atau sifat dari suatu ide digunakan untuk mengoperasionalkannya sehingga dapat dinilai.⁵

³ Nanang Martini, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder (Edisi Revisi)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 74.

⁴ Akhmad Fauzy, *Metode Sampling*, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019): 26.

⁵ Suryani dan Hendryadi, "*Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*", 125.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Produk	Produk merupakan objek yang rumit, nyata atau tidak, yang diterima konsumen untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Produk variety</i> (keanekaragaman produk) - <i>Quality</i> (kualitas produk) - <i>Design</i> (rancangan produk) - <i>Features</i> (ciri-ciri produk) - <i>Brand name</i> (merek produk) - <i>Packaging</i> (kemasan produk) - <i>Service</i> (tingkat pelayanan) - <i>Warranties</i> (garansi) - <i>Size</i> (ukuran produk) - <i>Return</i> (pengembalian)⁶ 	<i>Likert</i>
2	Kualitas Pelayanan	Kualitas layanan dari sudut pandang pengguna adalah sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tangibles</i> (Penampilan unsur fisik) - <i>Reliability</i> (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat) - <i>Responsiveness</i> (Kecepatan dan kegunaan) - <i>Assurance</i> (Kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan) - <i>Empathy</i> (Akses 	<i>Likert</i>

⁶ Zikriatul Ulya Daud, "Pengaruh Produk Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro", *Manajemen Dan Keuangan*, VOL.7, NO.2, NOVEMBER 2018. 176

			mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan) ⁷	
3	Harga	Harga layanan adalah jumlah yang dibebankan kepada semua pelaku untuk membeli produk atau layanan untuk mendapatkan keuntungan. ⁸	<ul style="list-style-type: none"> - Keselarasan harga dengan produk yang ditawarkan - Persaingan harga pasar - Keselarasan harga dengan manfaat yang didapatkan - Keterjangkauan harga - Taraf harga berpengaruh kepada konsumen dalam menentukan pilihan.⁹ 	<i>Likert</i>
4	Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen adalah sekumpulan persepsi emosional yang dimiliki konsumen setelah menggunakan atau sebelum terjadi transaksi dengan menggunakan jasa suatu perusahaan atau agen komersial dengan perbandingan.	<ul style="list-style-type: none"> - Terwujudnya konsumen yang konsisten - Pembelian partai besar ketika perusahaan meluncurkan produk maupun layanan baru dan meningkatkan produk yang sudah ada - Memberikan ulasan positif - Kurangnya minat 	<i>Likert</i>

⁷ Antonius Along, “Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak”, *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)*, Vol. 6, No. 1, (2020): 95

⁸ Rega Dicky Pratama, “Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pt. Semen Indonesia (Persero)”, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 9 No 6 (2020): 4

⁹ Alvina Rahma Anggraeni dan Euis Soliha, “Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)”*AL-Tijarah* , Vol. 6 No. 3 (2020): 100

	harapan dengan kenyataan produk dari kinerja atau nilai produk itu sendiri..	pada produk, iklan - Tidak sensitif dengan tarif yang diberikan - Memberikan masukan terhadap perusahaan - Karena interaksi menjadi teratur, membutuhkan biaya layanan yang lebih rendah daripada klien baru. ¹⁰	
--	--	--	--

E. Identifikasi Variabel

Bergantung pada hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, variabel yang berbeda dalam penelitian dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel ini merupakan variabel yang memberi pengaruh pada variabel dependen. Terdapat beberapa objek yang dijadikan sebagai variabel independen, yaitu:

- Produk (X_1)
- Kualitas Pelayanan (X_2)
- Harga (X_3)

2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel keluaran, kriteria, dan hasil. Di Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel bebas atau variabel yang dipengaruhi atau akibat dari tindakan. Dalam penelitian tindakan, variabel terikat adalah hasil atau variabel bebas.¹¹ Variabel dependen pada penelitian ini merupakan Kepuasan Konsumen (Y).

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode *Interview* (Wawancara)

Wawancara adalah metode pengumpulan data di mana pewawancara (peneliti atau pengumpul data) mengajukan

¹⁰ Philip Kotler, “*Manajemen Pemasaran di Indonesia*” (Salemba Empat: Jakarta, 2012), 13

¹¹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*”, (Bandung: Alfabeta, 2015): 81

pertanyaan kepada responden selama pengumpulan data. Tanya jawab ini akan diaplikasikan sebagai metode mengumpulkan data pada saat survei pendahuluan untuk mengklarifikasi masalah dan kemungkinan tujuan survei, atau saat anda ingin mengumpulkan pendapat dan permintaan responden dengan jumlah responden yang sedikit.¹²

Melalui hal ini, peneliti mempersiapkan pertanyaan dengan lengkap dan rinci perihal faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dan informasi lain yang penulis butuhkan.

2. Angket/Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah cara untuk mengumpulkan data yang efektif apabila periset mengetahui secara tepat variabel yang akan dijadikan tolak ukur dan mengetahui apa yang bisa diharapkan dari para responden.¹³ Teknik ini memberikan tanggung jawab kepada responden untuk membaca dan menjawab pertanyaan. Kuisoner dapat diberikan kepada responden dengan melalui beberapa cara, diantaranya yaitu disampaikan langsung ke responden, dikirim bersama-sama dengan barang lain, diletakkan di tempat-tempat ramai pengujung, dikirim melalui pos, faksimile atau teknologi komputer.¹⁴

Dalam kuesioner ini, mengukur tanggapan responden dengan menggunakan skala *likert* merupakan skala yang dilandaskan pada total sikap responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan indikator suatu konsep atau variabel pengukuran. Dalam penelitian ini, responden diminta untuk setuju atau tidak setuju dengan setiap pertanyaan. Skala Likert menggunakan lima poin atau kategori, dimana setiap poin atau level memiliki kategori yang berbeda, diantaranya sebagai berikut:¹⁵

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5.
- b. Setuju (S) diberi skor 4.
- c. Netral (Cukup) (N) diberi skor 3.
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2.
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

¹² Sugiyono, “*Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*”: 244

¹³ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*”: 142

¹⁴ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, “*Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*”, (Yogyakarta : BPFE-YOGYAKARTA, 2013), 154.

¹⁵ Anwar Sanusi, “*Metodologi Penelitian Bisnis*”, (Jakarta, Salemba Empat, 2014): 99.

3. Dokumentasi

Penelitian ini mengimplementasikan metode dokumenter. Dokumen berakar dari kata *document* yang bermakna benda mati maupun tertulis yang berkaitan dengan peristiwa dalam bentuk surat menyurat, rekaman gambar dan sebagainya.¹⁶

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas atau valid memberikan gambaran mengenai seberapa baik suatu alat ukur dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.¹⁷ Dalam mewujudkan kevalidan penelitian, maka diaplikasikan alat ukur yang terkait guna melihat valid tidaknya gejala yang dikaji. Oleh sebab itu peneliti mengimplmentasikan korelasi *product moment*, dengan syarat suatu instrumen dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel.

Tahap validitas alat dimulai dengan penyebaran kuesioner varian X kepada 100 responden yang nantinya akan diketahui hasilnya. Soal yang dibagikan adalah yang memiliki 5 alternatif jawaban dan skor jawaban yang diberikan adalah 5, 4, 3, 2, dan 1.

2. Uji Reliabilitas

Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk memastikan seberapa konsisten hasil pengukuran apabila pengukuran yang sama diulang.¹⁸ Pengujian ini menggunakan ukuran konsistensi internal, yang dilakukan dengan memeriksa alat pengukur satu kali, dilanjutkan dengan analisis data yang diperoleh. Dalam hal ini, gunakan uji reliabilitas *Alpha Cronbach*. Indikasi suatu variabel dikatakan dependable jika nilai *Alpha Cronbach* $>$ 0,6, begitu pula sebaliknya.¹⁹

H. Uji Prasyarat

1. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas untuk menentukan apakah ada atau ditemukan korelasi antara variabel independen dalam

¹⁶ Mahmud, “*Metode Penelitian Pendidikan*”, (Bandung, Pustaka Setia, 2011): 184

¹⁷ Syofian Siregar, “*Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*”, (Jakarta : Pt Bumi Aksara, 2014): 75

¹⁸ Syofian Siregar, “*Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*”: 87

¹⁹ Syofian Siregar, “*Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*”: 89-90

model regresi (variabel independen). Variabel bebas dalam model regresi idealnya tidak boleh berkorelasi (variabel bebas).

Apabila variabel bebas (variabel bebas) berkorelasi, maka suatu variabel tidak orthogonal. Ortogonal ini adalah variabel independen (variabel bebas) yang memiliki nilai korelasi antar variabel yang sesama variabel independen (variabel bebas) = 0.²⁰

Untuk mendeteksinya, beberapa cara yang bisa digunakan dalam uji multikolinearitas yaitu:

- a. Dengan melihat nilai toleransi yang ada pada model regresi dan nilai inflation faktor (VIF).
 - b. Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara bersama (R^2).²¹
2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat varian yang tidak merata dari satu pengamatan residual ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Apabila varian dari residual observasi pada observasi yang lain pasti, disebut dengan homoskedastisitas. Dan apabila tidak sama disebut dengan heteroskedastisitas.

Guna mengetahui apakah ada dan tidak adanya heteroskedastisitas, bisa dilakukan dengan cara melihat ada dan tidak adanya sampel tertentu pada *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED. dimana pada sumbu Y adalah prediksi Y, sedangkan sumbu X adalah residualnya (diprediksi Y- nyata Y) yang telah dipelajari. Apabila tidak didapati pola yang jelas pada grafik, dan titik-titik memanjang ataupun menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) hingga sumbu Y, bisa ditarik kesimpulan heteroskedastisitas tidak terjadi. Homoskedastisitas atau yang tidak heteroskedastisitas merupakan model regresi yang baik.²²

3. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ini mengimplementasikan analisis parametrik, yaitu seperti analisis korelasi pearson, anova satu arah, uji beda dua rata-rata, dan lainnya, dengan diperlukannya

²⁰ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*”, (Semarang: UNDIP, 2011), 105.

²¹ Duwi Priyanto, “*SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*”, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014): 51.

²² Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*”, 139

uji normalitas ini untuk bisa melihat data tersebut apakah didapati distribusi normal ataupun distribusi tidak normal. Data normalitas ini adalah hal penting, sebab normalitas data menjadi salah satu syarat wajib yang harus dipenuhi didalam analisis parametrik, karena jika data yang didistribusi itu normal maka sudah dapat dianggap mewakili populasi.²³

I. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses sistematis mempelajari dan mensintesis data yang diperoleh dari temuan, catatan lapangan, wawancara, dan dokumen dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, mendeskripsikan data ke dalam unit-unit, menyintesis data ke dalam model, memilih data penting, data yang akan dipelajari dan menarik kesimpulan yang mudah dipahami oleh mereka sendiri dan orang lain.²⁴

Penulis menggunakan 4 teknik dalam menguji analisis data:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian ini merupakan bagian dari pengujian regresi sederhana yang telah dikembangkan serta mempunyai kegunaan meramal nilai dari variabel terikat apabila mempunyai variabel bebas yang minimal dua ataupun lebih. Nilai variabel independen yang berdampak pada variabel dependen dapat diprediksi dengan menggunakan analisis regresi berganda. Digunakan dalam memberi informasi apakah ada atau tidak fungsi hubungan ataupun akibat hubungan terhadap dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat.²⁵

Rumus yang dipakai dalam persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen.

a = Konstanta.

b₁ = Koefisien regresi produk.

b₂ = Koefisien regresi kualitas pelayanan.

b₃ = Koefisien regresi harga.

X₁ = Produk.

X₂ = Kualitas Pelayanan

²³ Duwi Priyatno, "SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis";: 69.

²⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)": 244.

²⁵ Riduwan Dan Akdon, "Rumus Dan Data Dalam Aplikasi Statistika", (Bandung: Alfabeta, 2006): 142

X_3 = Harga.
 e = Standar *error*.

2. Uji T (Parsial)

Pengujian t ini umumnya berfungsi sebagai alat untuk melihat berapa jauh variabel bebas berpengaruh yang secara individual untuk menjelaskan tentang variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang mau diuji apakah parameternya (b_i) adalah sama dengan nol, atau $H_0: b_1 = 0$. Pengertiannya adalah apakah variabel bebas ini tidak menjadi penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau: $H_A: b_i \neq 0$. Pengertiannya adalah variabel tersebut menjadi penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.²⁶

3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini berguna untuk melihat sejauh mana model bisa mengukur dan juga menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi dalam hal ini memiliki nilai antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil, berarti kemampuan dalam variabel bebas menjelaskan variasi variabel terikat ini sangatlah terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 ini mempunyai arti variabel bebas telah menyediakan semua informasi yang diperlukan dalam memprediksi variasi variabel terikat.²⁷

²⁶ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19": 98

²⁷ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19": 97