

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan pendekatan

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan (*field research*). Penelitian yang sumber datanya di lapangan dikenal dengan istilah “penelitian lapangan”, atau dapat dikatakan bahwa data lapangan digunakan untuk menjawab rumusan masalah.<sup>1</sup>

Peneliti pada penelitian kali ini menggunakan jenis pendekatan penelitian korelasi. Penelitian korelasi yaitu penelitian dengan melibatkan tindakan dalam pengumpulan data yang digunakan untuk menentukan apakah antara satu variabel atau lebih memiliki hubungan.<sup>2</sup> Data primer, atau informasi yang diterima langsung dari responden melalui kuesioner, digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini. Penelitian ini akan mengamati pengaruh keputusan pelanggan dan service quality terhadap kepuasan pelanggan.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Para peneliti sering menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis sampel atau populasi tertentu karena mereka didasarkan pada pola pikir positif.<sup>3</sup>

### B. Setting Penelitian

Setting penelitian membahas bagaimana hal itu dilakukan untuk mengumpulkan data yang akurat dan komprehensif. Penelitian dilakukan selama kurang lebih satu bulan. Penelitian akan dilakukan di Gas Delivery Kayen.

### C. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:<sup>4</sup>

#### 1. Data Primer

Data ini yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dan digunakan untuk menjawab rumusan masalah,

---

<sup>1</sup>Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Progam Sarjana IAIN Kudus (IAIN: 2018), 31

<sup>2</sup>Muh Fitrah dan Lutfiyah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Tindakan Kelas & Study Kasus* (Jawa Barat: CV Jejak, 2017), p. 36.

<sup>3</sup>Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Cetakan 1, 2015), pp. 17–18.

<sup>4</sup>Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2013), 21

disebut juga sebagai data asli. Karena sebelumnya tidak tersedia, peneliti harus mendapatkan data primer ini.

2. Data sekunder

Data ini dikumpulkan melalui catatan perusahaan, dokumen lain, atau dengan melakukan studi literatur, yang memerlukan membaca literatur yang berkaitan dengan subjek ini.

#### D. Populasi dan sampel

1) Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subyek dengan karakteristik tertentu yang penulis pilih untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>5</sup> Adapun populasi pada penelitian ini merupakan para konsumen di Kecamatan Kayen yang pernah membeli atau memakai jasa Grabfood yang tidak dapat diketahui dengan pasti jumlahnya atau disebut dengan populasi *infinite*.

Populasi terdiri dari lebih dari sekedar manusia; itu juga termasuk orang-orang dengan berbagai perbedaan. Populasi mencakup semua ciri dan ciri yang ada pada objek atau subjek penelitian, bukan hanya kuantitas subjek/objek yang diteliti.<sup>6</sup>

2) Sampel

Sampel mewakili sejumlah besar populasi dengan ciri-ciri yang serupa. Peneliti tidak mungkin mengambil seluruh data dari populasi apabila populasi besar, maka dari itu cukup menggunakan sebagian dari populasi yang disebut sampel, tetapi data dari sampel yang diambil harus benar-benar valid dan bisa mewakili data karena terbatasnya tenaga dan biaya dalam melakukan penelitian.<sup>7</sup>

Pengambilan sampel *non-probabilitas* dengan *purposive sampling*, atau prosedur pengambilan sampel populasi yang dilakukan secara acak tetapi dengan kriteria tertentu, digunakan untuk mengumpulkan sampel untuk penelitian ini. Rumus di bawah ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian tanpa akhir,

---

<sup>5</sup>Muhammad Muhyi, Hartono, dkk, Metodologi Penelitian (Surabaya: Adi Buana University Press), p. 41.

<sup>6</sup>Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2012), 91

<sup>7</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), p. 118.

atau penelitian yang populasinya tidak diketahui dengan pasti, dan berjalan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang diperlukan

Z = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (95% = 1,96)

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = *Margin of error* 10% = 0,10<sup>8</sup>

Berdasarkan rumus diatas, maka perhitungan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96^2 (0,5) \cdot (0,5))}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Jadi jumlah sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah 96,04 = 100 orang/responden.

## E. Desain dan definisi operasional variabel

### 1. Desain Variabel

Sebuah teknik untuk mencapai tujuan penelitian, desain penelitian juga berfungsi sebagai manual atau panduan untuk melakukan penelitian. Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan desain penelitian survei, yang melibatkan pengumpulan pertanyaan sebelum mendistribusikannya kepada responden.<sup>9</sup>

Ada dua jenis hubungan antara variabel, yaitu:

#### a) Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain dengan cara yang berbeda. Signifikansi variabel bebas dalam penelitian ini adalah Keputusan Pelanggan (X1) dan Service Quality (X2).

---

<sup>8</sup>Umi Narimawati, *Teori Dan Praktik Dengan Menggunakan SPSS 15* (Yogyakarta: Gava Media, 2008), p. 27.

<sup>9</sup><http://sastrawanmha.blogspot.com/2015/10/meninjau-kriteria-inklusi-dan-eksklusi.html> diakses pada Sabtu 11 Juni pukul 03.41

## b) Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen merupakan Variabel yang dipengaruhi oleh faktor lain. Kepuasan pelanggan menjadi variabel terikat dalam penelitian ini (Y).<sup>10</sup>

## 2. Definisi Operasional Variabel

Hal-hal berikut sangat penting untuk diingat untuk mencegah kesalahan atau selama pengumpulan data. Definisi operasional berusaha untuk mengidentifikasi kriteria yang dapat diamati untuk membuat pengukuran setiap variabel lebih mudah..

Berdasarkan luas wilayah suatu subjek yang dianggap mampu menyusun sifat-sifat dinamisnya, maka variabel operasional ini diorganisasikan.

Operasional variabel pada penelitian yang akan dilakukan digambarkan dan dijelaskan pada tabel 3.1 dibawah ini:

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Keputusan pelanggan (X1)	Keputusan pelanggan adalah Keputusan pelanggan, termasuk keputusan untuk membeli barang atau jasa tertentu, dapat dinilai saat mempertimbangkannya. Evaluasi dan indikator ini akan mempengaruhi keputusan. <sup>11</sup> .	a. Pengenalan masalah. b. Pencarian informasi. c. Evaluasi alternatif. d. Keputusan pembelian. e. Perilaku setelah pembelian <sup>12</sup> .	<i>Likert</i>
<i>Service</i>	Service quality dapat	1. <i>Timeliness</i>	<i>Likert</i>

<sup>10</sup>Masrukhim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 134

<sup>11</sup>Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Surabaya : Qiara Media, 2019), 203.

<sup>12</sup>Carmelia Cesariana dkk, “Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace:kualitas produk dan kualitas pelayanan (literature review manajemen pemasaran)”, *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Vol. 3 No. 1 (2022),hlm 213.

<p><i>Quality (X2)</i></p>	<p>digambarkan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut agar sesuai dengan keinginan konsumen.<sup>13</sup></p>	<p>(ketepatan waktu)                  2. <i>Accuracy of order</i> (ketepatan order)                  3. <i>Quality of information</i> (kualitas informasi)                  4. <i>Quality of contact personnel</i> (kualitas kontak personnel)                  5. <i>Order discrepancy handling</i> (penanganan masalah)<sup>14</sup></p>	
<p>Kepuasan pelanggan (Y)</p>	<p>Pelanggan merupakan kegembiraan atau ketidakpuasan seseorang sebagai akibat dari perbandingan antara persepsinya terhadap kinerja produk yang sebenarnya/nyata dengan kinerja produk yang diharapkan.<sup>15</sup></p>	<p>1. Konsumen merasa puas dengan pelayanan.                  2. Konsumen berminat untuk menggunakan kembali pelayanan                  3. Konsumen berkeinginan untuk merekomendasi</p>	<p><i>Likert</i></p>

<sup>13</sup>Bilson Simamora, *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitabel*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm. 180

<sup>14</sup>Shinta Wahyu Hati dan Aisyah Juliati, "Analisa pengaruh logistics service quality terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan logistik jalur NUGRAHA EKAKURIR (JNE)", *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol. 7 No. 2 (2019), 3.

		<p>kan ke orang lain.</p> <p>4. Konsumen dengan sukarela kembali datang dengan membawa pelanggan baru</p> <p>5. Secara keseluruhan kualitas pelayanan sesuai harapan konsumen<sup>16</sup>.</p>	
--	--	---	--

**F. Uji Validitas dan Reabilitas Variabel**

**1. Uji Validitas**

Validitas merupakan alat data yang menentukan tingkat validitas suatu kuesioner dengan menentukan seberapa akurat setiap itemnya. Item dianggap sah jika memiliki keterkaitan yang signifikan dengan nilai total dan dapat menjelaskan data yang diteliti.

Pengecekan validitas dapat dilakukan dengan menggunakan software SPSS. Untuk menentukan bagaimana skor setiap item dibandingkan dengan skor keseluruhan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS dan pendekatan korelasi Pearson. Item dianggap sah jika  $r_{hitung}$ , dan  $r_{tabel}$  keduanya sama dengan 0,05. Sebaliknya suatu item dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$ ,  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi  $> 0,05$ .<sup>17</sup>

**2. Uji Reliabilitas**

Dengan menggunakan angket, Uji reliabilitas dinyatakan mampu mendeteksi konsisten atau tidaknya suatu alat ukur dengan menggunakan kuesioner. Yang penting Anda akan memperoleh penemuan atau hasil yang sesuai dengan yang sebelumnya jika Anda menyebarkan

---

<sup>16</sup>Jimmy Sugianto dan Sugiono Sugiharto, "Analisa pengaruh service quality, food quality, dan price terhadap kepuasan pelanggan restoran YUNG HO Surabaya", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 2, (2013) 7*.

<sup>17</sup>Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: ANDI OFFSET), p. 52.

kuesioner lagi. Rumus Cronchbach Alpha digunakan dalam proses pengukuran penelitian, dan instrumen dianggap reliabel atau reliabel jika memiliki batas 0,6.<sup>18</sup>

## G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuesioner untuk mendapatkan data yang diperlukan. Dengan mengajukan beberapa pertanyaan tertulis yang harus ditanggapi oleh responden, kuesioner ditentukan oleh metode yang digunakan untuk memverifikasi data. Jika Anda mengetahui keinginan dan keinginan responden, strategi ini efektif. Pertanyaan penelitian bersifat terbuka dan tertutup, dan dapat diajukan secara online, melalui surat, atau secara langsung.<sup>19</sup>

*Skala Likert* digunakan untuk pengukuran dalam penelitian ini. *Skala Likert* digunakan untuk mengukur bagaimana kelompok atau individu memandang, merasakan, dan berperilaku terhadap realitas sosial.

Tanggapan skala likert untuk setiap item pertanyaan memiliki rentang nilai mulai dari 1 sampai 5, sebagai berikut:

- a) Sangat tidak setuju = 1
- b) Tidak setuju = 2
- c) Netral = 3
- d) Setuju = 4
- e) Sangat setuju = 5<sup>20</sup>

Definisi variabel penelitian, serta definisi semua variabel serta pengukuran variabel dijelaskan dalam penelitian ini.

## H. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinieritas

Karena suatu hubungan dengan multikolinieritas akan dinyatakan sebagai hubungan yang negatif, maka uji multikolinieritas berusaha untuk membangun hubungan antara dua atau lebih variabel bebas yang membentuk hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup>Duwi Priyanto, *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset), p. 64.

<sup>19</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004) 135

<sup>20</sup>Dominikus, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), pp. 147–148.

<sup>21</sup>Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS* (Surabaya: Jakad Publishing, 2019), pp. 56–67.

Dengan memeriksa nilai toleransi dan VIF, dapat menentukan apakah hubungan antar variabel bersifat multikolinier atau tidak. Jika nilai toleransi menurun sedangkan VIF meningkat, kemungkinan multikolinieritas meningkat; namun, jika nilai toleransi meningkat sedangkan VIF menurun, maka tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen dengan nilai toleransi 0,1 dan VIF 10.<sup>22</sup>

#### b. Uji Autokorelasi

Untuk memastikan ada tidaknya hubungan antara confounding error pada periode  $t$  dan error pada periode  $t-1$  pada model regresi linier, maka dilakukan uji autokorelasi. Ketika ada korelasi, ada masalah autokorelasi. Ketika pengamatan berturut-turut sepanjang waktu terhubung satu sama lain, autokorelasi dapat terjadi. Model yang tidak menunjukkan autokorelasi adalah model regresi yang layak.

Dalam penyelidikan autokorelasi ini, uji Durbin-Watson (uji DW) diterapkan. Pengujian ini hanya berlaku untuk autokorelasi level satu dan membutuhkan model regresi dengan intersep (konstanta) dan tidak ada variabel independen lainnya.

Berikut ini adalah kriteria untuk menentukan ada atau tidaknya autokorelasi:

1. Jika nilai DW berada di antara batas atas atau Upper Bound ( $du$ ) dan  $(4-du)$ , maka tidak terjadi autokorelasi sampai koefisien autokorelasi sama dengan nol.
2. Autokorelasi positif jika nilai DW lebih kecil dari batas fundamental atau Batas Bawah ( $dl$ ) hingga koefisien autokorelasi lebih besar dari nol.
3. Jika nilai DW lebih besar dari  $(4-dl)$  dan koefisien autokorelasi lebih kecil dari nol, maka terjadi autokorelasi negatif.
4. Jika nilai DW berada di antara batas atas ( $du$ ) dan bawah ( $dl$ ), atau antara  $(4-du)$  dan  $(4-dl)$ , temuan tidak dapat disimpulkan ( $4-dl$ ).

---

<sup>22</sup>Rahmat Hidayat and Devrina Resticha, 'Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam)', 3.1 (2019), 40–52.



### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas mencari varians atau perubahan residual dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Model regresi kondisi adalah model di mana residual satu pengamatan sama dengan residual pengamatan lainnya.

Dengan memplot nilai ZPRED (nilai prediksi) versus SRESID, pendekatan scatter plot dapat dimanfaatkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas (nilai residu). Model yang layak dihasilkan jika tidak ada pola yang terlihat pada grafik, seperti berkumpul di tengah, menyempit, lalu mencair, atau melebar, lalu menyusut.<sup>23</sup>

### d. Uji Normalitas

Untuk memastikan apakah variabel bebas dan variabel yang dapat diakses berdistribusi normal atau tidak, digunakan uji normalitas. Distribusi variabel dependen dan independen juga dapat diperiksa dengan menggunakan uji normalitas.<sup>24</sup>

## I. Teknik Analisis Data

Analisis menggunakan pendekatan kuantitatif adalah metode yang diterapkan pada analisis data penelitian. Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini, analisis Keputusan Pelanggan dan Service Quality untuk mengetahui efektifitas kepuasan pelanggan di Gas Delivery Kayen. Adapun urutan analisis data yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut:

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh regresi terhadap dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat diperiksa dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Rumus umumnya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + b_4 \cdot X_4 + b_5 \cdot X_5 + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat (pengambil keputusan)

a = konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  = koefisien regresi

$X_1$  = variabel  $X_1$

<sup>23</sup> Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS* (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019), pp. 59–60.

<sup>24</sup> Dwi Priyanto, *Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2013), p. 86.

X2	= variabel X2
X3	= variabel X3
X4	= variabel X4
X5	= variabel X5
e	= residual atau eror. <sup>25</sup>

## 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Rentang koefisien determinasi adalah 0 hingga 1. Jika nilainya lebih dari 1, variabel bebas menawarkan hampir semua informasi yang diperlukan untuk meramalkan variabel terikat, sedangkan koefisien kecil menyiratkan bahwa variabel bebas hanya dapat menjelaskan sedikit variabel dari efek.

## 3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)

$F_{tabel} > F_{hitung}$  Dengan tingkat signifikansi 0,05, uji statistik F digunakan untuk menilai pengaruh simultan faktor independen terhadap variabel dependen. Seperti dapat dilihat, variabel independen memiliki dampak yang lebih besar daripada variabel dependen. Variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat secara simultan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.<sup>26</sup>

## 4. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Pengaruh signifikan secara keseluruhan antara variabel bebas dan variabel terikat diuji dengan menggunakan uji signifikansi parameter individu atau uji t. Jika  $t_{hitung}$  penting  $h_0$  diterima, uji menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan buat keputusan. Jika  $t_{hitung}$  lebih besar dari kritis,  $h_0$  ditolak.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup>Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020), pp. 140–141.

<sup>26</sup>Sirilius Seran, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Sosial* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), pp. 188–189.

<sup>27</sup>Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Multivariate Dengan SPSS*, pp. 50–51.