

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan penulis di Ma'had Putri Sunan Ampel Al-Ali Fakultas Ekonomi Angkatan 2013 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang beralamat di Jl. Gajayana No.50. Malang.

3.2. Jenis Penelitian

Berdasarkan teknik pengumpulan data, jenis penelitian yang akan digunakan adalah dengan metode penelitian kuantitatif yaitu penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka. Data yang berupa angka kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut (Martono, 2010:19).

Penelitian merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara terencana dan sistematis untuk mendapatkan jawaban terhadap hipotesis antar variabel. Alat ukur penelitian ini berupa kuesioner, data yang diperoleh berupa jawaban dari responden terhadap pertanyaan atau butir-butir yang diajukan.

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan yaitu untuk mendapatkan jawaban dari masalah-masalah yang telah diangkat penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori (*eksplanatory research*) atau penelitian yang mengidentifikasi pengaruh variabel-variabel atribut produk terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam pelaksanaannya penelitian eksplanatori menggunakan metode penelitian *surve*. Metode penelitian *surve* adalah tipe penelitian dengan menggunakan kuisisioner atau angket sebagai sumber data utama. Dalam penelitian *surve*, responden diminta untuk memberikan jawaban singkat yang sudah tertulis di dalam kuisisioner atau angket untuk kemudian jawaban dari seluruh responden diolah menggunakan teknik tertentu (Martono, 2010:19). Menurut Sani & Mashuri (2010:287) penelitian eksplanatory (*explanatory research*) adalah untuk menguji hipotesis antar variabel yang dihipotesiskan. Pada penelitian ini terdapat hipotesis yang akan diuji kebenarannya.

3.3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2007:72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Sedangkan populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto 1997:108). Jadi populasi adalah jumlah keseluruhan populasi yang merupakan hasil pengukuran atau perhitungan secara kualitatif maupun kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.

Dalam hal ini yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua Mahasiswa Baru Fakultas Ekonomi Angkatan 2013 Ma'had Putri Sunan Ampel Al-Ali yang menggunakan *handphone* Samsung android. Namun dengan keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga maka penelitian dilakukan dengan mengambil sebagian dari populasi yang disebut dengan penelitian sampel. Untuk mendapatkan populasi tersebut peneliti sudah terlebih dahulu melakukan survei terhadap semua mahasiswa putri Fakultas Ekonomi dengan menyebarkan kuesioner kepada seluruh mahasiswa untuk mendapatkan data mahasiswa yang menggunakan *handphone* Samsung android, sehingga dari survei tersebut didapatkan sebanyak 122 mahasiswa yang menggunakan *handphone* android merek Samsung.

2. Sampel

Agar data yang diambil representatif atau mewakili maka besarnya sampel yang akan diambil harus ditentukan dan harus mencerminkan karakteristik populasi. Menurut Sugiyono (1999:73) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Menurut Umar (2000:78) untuk menentukan jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Ukuran Sampel
 N = Ukuran Populasi

e = Standart Error (10%)

Maka sampel dari penelitian ini adalah $n = \frac{122}{1+122(0,1)^2} = 54.954$

dibulatkan menjadi 55 Mahasantri.

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2004:77), metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive* ini merupakan cara pengambilan sampel dengan penetapan kriteria-kriteria tertentu terhadap populasi berdasarkan keinginan dan tujuan penelitian itu sendiri.

Target sampel yang diinginkan adalah populasi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Populasi yang dipandang bisa memahami dengan baik pernyataan dan pertanyaan yang akan diajukan dalam angket.
2. Terdaftar sebagai Mahasantri Putri Ma'had Sunan Ampel Al-Ali Fakultas Ekonomi
3. Mengenal dan memiliki pengetahuan tentang produk *handphone* Samsung android.
4. Pernah menggunakan *handphone* Samsung android.
5. Memiliki *handphone* berjenis Samsung android.

3.5. Data dan Sumber Data

Kuncoro (2007:23) menjelaskan Data kuantitatif dalam penelitian adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka), yang dapat dibedakan menjadi:

1. Data interval, yaitu data yang diukur dengan jarak di antara dua titik pada skala yang sudah diketahui.
2. Data rasio, yaitu data yang diukur dengan suatu proporsi.

Sedangkan untuk sumber data dalam penelitian ini adalah (Marzuki, 1997:55):

Data Primer

Data Primer merupakan jenis data yang diperoleh dan digali dari sumber utamanya, baik berupa data kualitatif dan kuantitatif (Teguh, 1999:122). Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti, baik melalui pengamatan maupun kuesioner.

Dalam penelitian ini beberapa pertanyaan dan pernyataan yang akan diringkas dalam sebuah kuisisioner dan diberikan kepada Mahasiswa Baru Fakultas Ekonomi Angkatan 2013 yang berada di Ma'had Putri Sunan Ampel Al Ali UIN Maliki Malang. Dan data yang didapat dari responden merupakan data primer yang akan diolah dengan analisis kuantitatif dan menjadi sebuah informasi.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Kuisisioner/angket

Menurut Sani & Mashuri (2010:203) angket (kuesioner) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Menurut Hasan (2002:83) angket adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden.

Dalam hal ini kuesioner (angket) pada penelitian ini berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup, yang diberikan kepada responden secara langsung melalui *musyrifah* masing-masing ma'had untuk mengetahui pengguna *handphone* Samsung android.

3.7. Instrument Penelitian

Dalam pelaksanaan kegiatan penelitian diperlukan alat bantu berupa instrumen penelitian, yaitu:

Kuesioner

Berupa pertanyaan dan pernyataan yang nantinya diisi oleh responden berkenaan dengan informasi yang dibutuhkan. Adapun kuesioner yang digunakan peneliti adalah sebagaimana terlampir.

3.8. Definisi Operasional Variabel

Menurut Indiantoro dalam Sani, dkk (2010:200) definisi operasional merupakan penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur *construct* menjadi variabel penelitian yang dapat dituju. Sedangkan menurut Singarimbun (1995:46) definisi operasional adalah unsur penelitian yang berfungsi memberikan arah yang jelas pengukuran suatu variabel.

Sesuai dalam perumusan masalah yang ada maka dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Harga (X_1), Ketersediaan produk (X_2), Merek (X_3), Harga jual kembali (X_4), Ketersediaan suku cadang (X_5), dan Layanan setelah penjualan (X_6).

2. Variabel Terikat

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

Untuk lebih jelasnya tabel 3.1. di bawah akan menunjukkan tentang definisi operasional variabel dalam penelitian :

Tabel 3.1.
Variabel, Sub Variabel, dan Indikator

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Item Indikator
Atribut Produk (X)	Harga	1. Harga terjangkau 2. Harga sesuai Kualitas handphone 3. Harga bersaing	1. Penetapan harga handphone terjangkau 2. Harga sesuai dengan kualitas 3. Harga mampu bersaing dengan handphone lain
	Ketersediaan produk	1. Tersedia di berbagai tempat 2. Mudah dijumpai	1. Handphone mudah di dapatkan 2. Mudah dicari
	Merek	1. Mudah diingat 2. Mudah diucapkan 3. Terkenal	1. Merek handphone mudah diingat 2. Merek handphone mudah diucapkan 3. Menggambarkan manfaat dari produk
	Harga jual kembali	1. Harga jual kembali handphone second tidak turun banyak 2. Banyak peminat	1. Harga jual kembali tidak turun banyak 2. Banyak yang menginginkannya meskipun sekenal
	Ketersediaan suku cadang	1. Adanya tempat service 2. Suku cadang mudah didapatkan	1. Tempat service ada diman-mana 2. Suku cadang mudah didapatkan
	Layanan setelah penjualan	1. Adanya garansi 2. Jaminan ganti rugi atas kerusakan 3. Penanganan keluhan	1. Adanya jaminan berupa garansi selama 1 tahun 2. Jaminan ganti rugi atas kerusakan selama masa garansi 3. Penanganan keluhan cepat dan memuaskan
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kinerja	1. Aplikasi yang tersedia lengkap 2. Memberi manfaat bagi pengguna handphone 3. Sistem operasi menggunakan Android (OS)	
	Ciri-ciri/ keistimewaan tambahan	1. Fitur handphone lengkap 2. Bentuk/desain handphone elegan 3. Model & jenis handphone menarik	

	Keandalan	1. Tidak mudah rusak 2. Daya tahan handphone 3. Daya tahan baterai lama	
	Kesesuaian dengan spesifikasi	1. Kualitas handphone bagus 2. Aplikasi sesuai kebutuhan 3. Sistem operasi mobile yang dikembangkan oleh Google	
	Layanan (<i>Serviceability</i>)	1. Cepat pelayanannya 2. Karyawan menguasai dalam menjelaskan spesifikasi setiap barang 3. Kualitas pelayanan bagus 4. Sikap ramah karyawannya	
	Kualitas yang dipersepsikan	1. Kebanggaan menjadi pengguna handphone samsung 2. Reputasi perusahaan Samsung bagus	

Sumber: Simamora (2004:79), Tjiptono (2008:25).

3.9. Skala Pengukuran

Agar jawaban responden dapat diukur maka jawaban responden tersebut diberi skor. Dalam pemberian skor peneliti menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang gejala sosial. (Sugiyono, 2007: 86).

Selanjutnya dalam prosedur skala likert ini adalah menentukan skor atas setiap pertanyaan dalam kuesioner yang disebar. Jawaban dari responden dibagi dalam lima kategori penilaian di mana masing-masing

pertanyaan diberi skor satu sampai lima. Dalam penelitian ini terdiri lima jawaban yang mengandung variasi nilai bertingkat, antara lain:

Tabel 3.2.
Bobot Nilai Setiap Pertanyaan

Alternatif	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2007: 86

Ciri khas dari skala likert adalah bahwa semakin tinggi skor yang diperoleh dari seorang responden, merupakan indikasi bahwa responden tersebut sikapnya makin positif terhadap obyek yang ingin diteliti oleh penulis.

3.10. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.10.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau tingkat kesahihan suatu alat ukur. Jika instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data valid sehingga valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dari pengertian di atas valid itu mengukur apa yang hendak diukur (ketepatan).

Menurut Singarimbun (1987) dalam Sani & Mashuri (2010:249) uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang diukur. Dengan menggunakan *product moment*, item pertanyaan dapat dikatakan valid jika lebih kecil dari 0.05 (Arikunto, 2006:115).

Rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

X = Skor item

Y = Skor total

XY = Skor Pernyataan

n = Jumlah responden untuk diuji coba

r = Korelasi product moment

Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid, dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi r diatas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang sebaliknya bila korelasi r dibawah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

3.10.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sani & Mashuri (2010:250) “Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa sesuatu dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Untuk mengetahui

suatu alat ukur itu reliabel dapat diuji dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_n = Reliabilitas instrument

K = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ^2 = Varians Total

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* (α) ≥ 0.60 , maka variabel tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya *cronbach's alpha* (α) ≤ 0.60 , maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Terdapat beberapa jenis ukuran reliabilitas: *test re test*, *alternative-forms* dan *internal consistency*. Salah satu ukuran reliabilitas *internal consistency* adalah koefisien *cronbach alpha*, di mana jika $\geq 0,60$ menunjukkan instrumen tersebut reliabel (Maholtra, 1992). Perhitungan koefisien *alpha cronbach* dengan *software SPSS*.

3.11. Model Analisis Data

3.11.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Harga (X_1), Ketersediaan produk (X_2), Merek (X_3), Harga jual kembali (X_4), Ketersediaan suku cadang (X_5), dan Layanan setelah penjualan (X_6) terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Suharyadi & Purwanto (2009:210) regresi linier berganda digunakan untuk analisis dengan jumlah variabel independen lebih dari dua variabel. Persamaan regresi dengan dua variabel atau lebih adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi variabel X_1 (*Harga*)

b_2 = Koefisien regresi variabel X_2 (*Ketersediaan produk*)

b_3 = Koefisien regresi variabel X_3 (*Merek*)

b_4 = Koefisien regresi variabel X_4 (*Harga jual kembali*)

b_5 = Koefisien regresi variabel X_5 (*Ketersediaan suku cadang*)

b_6 = Koefisien regresi variabel X_6 (*Layanan setelah penjualan*)

X_1 = Harga

X_2 = Ketersediaan produk

X_3 = Merek

X_4 = Harga jual kembali

X_5 = Ketersediaan suku cadang

X_6 = Layanan setelah penjualan

e = *error*/variabel pengganggu

3.11.2. Pengujian Hipotesis

3.11.2.1. Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005:84).

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

1. Apabila probabilitas signifikansi ≥ 0.05 , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Apabila probabilitas signifikansi ≤ 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.11.2.2. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apabila variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , dan X_6 (Harga, Ketersediaan Produk, Merek, Harga Jual Kembali, Ketersediaan Suku Cadang, dan Layanan Setelah Penjualan) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2005:84).

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

1. Apabila angka probabilitas signifikansi ≥ 0.05 , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Apabila angka probabilitas signifikansi ≤ 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.11.2.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (X) yang disebabkan oleh variabel terikat (Y).