

### BAB III METODE PENELITIAN

#### 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Sentra Grafika Kompumedia pada bulan Maret sampai dengan Juli 2023. sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal	■	■																						
2	Pengajuan Izin Penelitian	■	■																						
3	Penyusunan Bab I			■	■	■	■																		
4	Penyusunan Bab II			■	■	■	■																		
5	Penyusunan Bab III							■	■																
6	Pengumpulan Draft Proposal									■	■														
7	Persiapan & Ujian Proposal										■	■	■												
8	Penelitian Bab 4 & 5													■	■	■	■								
9	Penyerahan Work In Progress 2																	■	■						
10	Ujian Sidang Skripsi & Komprehensif																					■	■		
11	Ujian Sidang Skripsi & Komprehensif (Ulang)																							■	■
12	Perbaikan Skripsi																								■
13	Persetujuan & Pengesahan Skripsi																								■

Sumber: Peneliti 2023

#### 3.2 Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. “Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang datanya dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik” (Sugiyono, 2014:7). Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*, yaitu penelitian yang menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Singarimbun dalam Singarimbun dan Efendi, 2008:5).

Variabel yang diteliti terdapat dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Sebagai variabel bebas yaitu Harga, Fasilitas dan Lokasi sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2010:80). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah pelanggan PT. Sentra Grafika Kompumedia, yang rata-rata setiap bulan 96 pelanggan yang akan dijadikan populasi.

Sampel adalah seluruh objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi nasabah(Saryono, 2013). Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = % kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan adalah 10%,

$$n = 96 / 1.01 = 95,04$$

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 95 orang. Metode Accidental Sampling adalah metodologi pengambilan sampel dalam penelitian ilmiah maupun skripsi. Dari beberapa metodologi yang ada, maka metodologi accidental sampling adalah teknik yang cocok digunakan untuk pengambilan sampel secara aksidental. Tehnik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara accidental sampling.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang obyektif dan dapat dijadikan landasan dalam proses analisis, maka diperlukan pengumpulan data dengan metode:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengambilan data melalui pertanyaan yang diajukan secara lisan kepada responden (Supriyati, 2011).

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas dasar pertanyaan tersebut (Umar, 2004). Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai variabel promosi, harga dan brand awareness terhadap kepuasan konsumen.

### 3. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2005). Teknik ini peneliti gunakan saat peneliti hendak mengetahui tentang perilaku responden, proses kerja, gejala yang muncul atas perilaku responden dan lain sebagainya.

## 3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel, dengan demikian maka peneliti akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

### Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasa disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau yang sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas promosi, harga dan *brand awareness*, yang peneliti definisikan sebagai berikut:

#### 1. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Adapun indikator variabel promosi sebagai berikut:

- a. Bukti Fisik
- b. Keandalan
- c. Daya Tanggap
- d. Jaminan
- e. Empati

## 2. Komunikasi ( $X_2$ )

Adapun indikator komunikasi adalah sebagai berikut :

- a. Keterbukaan
- b. Dukungan
- c. Rasa positif
- d. Kesetaraan

### Variabel Terikat

Kepuasan Pelanggan (Y)

Adapun indikator keputusan pembelian sebagai berikut:

- a. Pembelian ulang
- b. Konfirmasi harapan
- c. Kesiediaan merekomendasikan

Berikut adalah rangkuman mengenai variabel, definisi variabel, indikator, dan pengukuran atas indikator di atas. Skala pengukuran indikator dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

**Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	kemampuan suatu perusahaan atau individu dalam memberikan layanan yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Bukti Fisik</li><li>2. Kehandalan</li><li>3. Daya Tanggap</li><li>4. Jaminan</li><li>5. Empati</li></ol>	Skala Likert
Komunikasi ( $X_2$ )	Proses pertukaran informasi, ide, atau gagasan antara dua atau lebih individu atau kelompok	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Keterbukaan</li><li>2. Dukungan</li><li>3. Rasa positif</li><li>4. Kesetaraan</li></ol>	Skala Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kondisi di mana pelanggan merasa puas dan terpuaskan dengan produk atau layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pembelian ulang</li><li>2. Konfirmasi harapan</li><li>3. Kesiediaan merekomendasikan</li></ol>	Skala Likert

Sumber: Peneliti (2023)

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan pada BAB sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran

Dalam penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan adalah angket atau kuesioner. “Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya” (Sugiyono, 2014:142). Instrumen penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), dan komunikasi ( $X_2$ ) dan kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala Likert yang dibuat dalam bentuk *checklist* ( $\surd$ ), di mana setiap item terdiri dari kata-kata dan skor, yaitu sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (Skor 5)
- b. Setuju (Skor 4)
- c. Cukup Setuju (Skor 3)
- d. Kurang Setuju (Skor 2)
- e. Tidak Setuju (Skor 1)

Nantinya, jawaban atas pertanyaan atau pernyataan yang diberikan akan diolah menjadi penjelasan dan kesimpulan.

Masing-masing indikator diukur berdasarkan skala interval dengan rentang 1-5 yang sesuai dengan alternatif jawaban pada instrumen penelitian ini. Kategori rata-rata jawaban responden dapat dihitung menggunakan rumus berikut.

$$\begin{aligned}\text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,80\end{aligned}$$

Dengan menggunakan rumus tersebut, angka penafsiran untuk setiap kategori didapati seperti tabel di bawah ini.

**Tabel 3.2. Angka Penafsiran**

<b>Rentang</b>	<b>Kategori</b>
1,00 – 1,80	Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Kurang Setuju
2,61 – 3,40	Cukup Setuju
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Sugiono (2019)

### **3.6.2 Persamaan Regresi Linear Berganda**

Pada penelitian ini, analisis statistik inferensial digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh Harga Fasilitas dan Promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. “Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Tujuannya adalah menggunakan nilai-nilai variabel independen yang diketahui, untuk meramalkan nilai variabel dependen” (Sulaiman, 2004:79). Perhitungan analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan *software SPSS Versi 22.0 for windows*.

### **3.6.3 Uji Kualitas Data**

Uji validitas dan reliabilitas perlu dilakukan untuk mengetahui apakah data instrumen penelitian tersebut memiliki data yang valid dan reliabel, serta layak untuk digunakan.

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner. Instrumen yang valid merupakan instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014:121). Perhitungan ini bertujuan untuk

mendapatkan koefisien korelasi ( $r$ ) yang akan dibandingkan dengan taraf signifikansi 95% atau  $\alpha = 5\%$ .

Uji validitas instrumen dapat dilihat dari tampilan *output Cronbach Alpha* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* dalam aplikasi *SPSS for Windows*. Item instrumen dikatakan valid apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (Ghozali, 2019:53).

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2021:221). Sugiyono (2020:121) berpendapat bahwa “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  (Ghozali, 2011:48).

### 3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda. Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas, namun dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

#### 1. Uji Normalitas

Ghozali (2019:160) mengemukakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”. Salah satu cara mengecek kenormalitasan adalah dengan plot Probabilitas Normal (Sulaiman, 2020:17). Dengan plot ini, masing-masing nilai pengamatan dipasangkan dengan nilai harapan pada distribusi normal. Normalitas terpenuhi apabila titik-titik (data) terkumpul di sekitar garis lurus.

#### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2019:105). Multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*).

Kriteria untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  atau nilai VIF  $\geq 10$ .

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED (Ghozali, 2011:139). Jika penyebaran nilai-nilai residual terhadap nilai-nilai prediksi tidak membentuk suatu pola tertentu seperti meningkat atau menurun, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Bila nilai-nilai tersebut membentuk suatu pola tertentu, maka terjadi heteroskedastisitas (Sulaiman, 2020:35).

#### 3.6.5 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Uji F, Koefisien Determinasi, dan Uji Parsial (t) sebagai pengujian hipotesis.

##### 1. Uji secara Simultan (Uji-F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

Fhitung = Nilai F yang dihitung

R<sup>2</sup> = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Sumber: Unaradjan (2013:207)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0$  ; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

$H_1 : \beta_1 \neq 0$  ; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada taraf  $\alpha = 0,05$  dengan ketentuan:

a.  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

b.  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa p kualitas pelayanan dan komunikasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ) yang berarti

bahwa bila  $R^2 = 0$  berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila  $R^2$  mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

### 3. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas harga dan fasilitas dan promosi terhadap variabel terikat keputusan pembelian Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepusan pelanggan

H<sub>1</sub>: Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepusan pelanggan

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh antara komunikasi terhadap kepusan pelanggan

H<sub>2</sub>: Komunikasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepusan pelanggan

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$ . Menurut Suliyanto (2005:66), kriteria penerimaan atau penolakan suatu hipotesis dengan taraf signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau signifikansi  $\leq 0,05$ , maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.
- b. Jika nilai  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau signifikansi  $> 0,05$ , maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.