

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif Pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan atau metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³⁴ Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian korelasi. Penelitian korelasi merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel.³⁵

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui adanya atau tidak adanya pengaruh antara variabel x (harga) dengan variabel y (kepuasan konsumen) *Grabbike* pada Santri Ma'had Darul Hikmah Ngronggo Kota Kediri.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah pada Santri Ma'had Darul Hikmah IAIN Kediri yang beralamatkan di Jl. Sunan Ampel, Rejomulyo, Kec. Kota Kediri, Kota Kediri, Jawa Timur, 64129.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 8

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 247

Merupakan keseluruhan dari objek penelitian.³⁶ Oleh karena itu, populasi dalam penelitian merupakan serangkaian objek penelitian yang berupa manusia, gejala, hewan, nilai, sikap hidup, peristiwa dan lain sebagainya.³⁷

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh santri Ma'had Darul Hikmah yang menggunakan *Grabbike* yaitu 66 orang.

2. Sampel

Adalah sebagian dari populasi. Karena bagian dari populasi, tentu harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya.³⁸ Sampel harus mewakili populasi agar dapat diambil kesimpulan berupa generalisasi. Kemudian menentukan beberapa banyak sampel yang harus diambil dalam suatu populasi yang ada.

Arikunto mengemukakan pengambilan sampel apabila jumlah subyek <100 orang maka lebih baik jumlah tersebut diambil semua, akan tetapi apabila jumlah subyek >100 orang maka dapat diambil antara 10% sampai 15%, atau 20% sampai 25%.³⁹

Dalam penelitian ini jumlah santri Ma'had Darul Hikmah yang menggunakan *Grabbike* sebanyak 66 orang, oleh karena itu, penelitian ini memakai metode *total sampling* atau seluruh pengguna *Grabbike* menjadi objek Penelitian pada Santri Mah'had Darul Hikmah Ngronggo Kota Kediri..

³⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2005, 2005), 99

³⁷ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Public serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), 99

³⁸ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: pustaka pelajar, 2015), 79

³⁹ Arikunto S, *Prosedur Penelitian Suatu Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 112

D. Variabel Penelitian

Dalam penelitian sosial dan psikologis, umumnya fenomena merupakan konsep mengenai sifat yang terdapat pada suatu subjek penelitian yang dapat bervariasi secara kuantitatif ataupun kualitatif. Konsep ini yang disebut variabel. Variabel sendiri dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Variabel bebas (*Independent Variable*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat.⁴⁰ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Harga (X).
2. Variabel Terikat (*Dependen Variable*) merupakan variabel yang diduga sebagai akibat atau dipengaruhi oleh variabel yang didahuluinya.⁴¹ Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen (Y)

E. Devinisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel bebas yaitu Harga (X) dan variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y). definisi operasional dari masing-masing variabel tersebut adalah

1. Menurut Kotler dan Amstrong, dalam buku Prinsip-Prinsip Pemasaran menyatakan “Harga merupakan sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah semua nilai yang di berikan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”.⁴²

⁴⁰ Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 31

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 86

⁴² Kotler dan Gey Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, 345

Tabel 3.1
Indikator Harga

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Harga (X) (Kotler dan Amstrong, 2008:278)	Keterjangkauan harga	Harga yang ditetapkan tidak mahal dan sesuai harapan
	Kesesuaian harga dengan kualitas	Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas yang diberika kepada konsumen
	Daya saing harga	Harga yang ditetapkan lebih terjangkau dari yang lain
	Kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh	Harga yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen

Sumber: Skripsi Deva Wijayanti, 2018, yang dikutip dari Philip Kotler dan Amstrong

2. Menurut Kotler, kepuasan pelanggan yakni tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil kinerja suatu produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan sebelumnya.⁴³

⁴³ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 345

Tabel 3.2

Indikator kepuasan konsumen

Variabel	Variabel indikator	Deskripsi Indikator
Kepuasan Konsumen	Kesesuaian Harapan	Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
	Minat berkunjung kembali	Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diperoleh dari karyawan memuaskan
	Kesediaan merekomendasikan	Menyarankan orang lain untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan

Sumber: Skripsi Abdur Rahman, 2017, Yang dikutip dari Fandy Tjiptono, 2000

F. Pengumpulan Data

Data yang diperlukan yakni data kuantitatif yang penyebarannya angketnya kepada konsumen *Grabbike* pada Santri Ma'had Darul Hikmah Ngronggo Kota Kediri. Sumber data yang digunakan dalam penelitian yaitu:

1) Data Primer

Merupakan data yang didapat langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan langsung pada subjek sebagai sumber informasi dicari.⁴⁴ Yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah santri Ma'had Darul Hikmah Ngronggo Kota Kediri.

⁴⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 91

Pada penelitian ini data primer yang digunakan yaitu data hasil penyebaran kuisisioner yang disebarakan kepada responden.

Penyusunan kuisisioner bertujuan untuk dapat mengetahui variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Untuk mendapatkan data primer inilah, peneliti menyebar angket kepada Santri Ma'had Darul Hikmah Ngronggo Kota Kediri. Yang mana angket tersebut membahas mengenai harga dan kepuasan konsumen dalam memakai sebuah jasa ojek online *Grabbike*.

G. Instrument Penelitian Data

Merupakan alat yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data sehingga pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik.⁴⁵ Instrumen penelitian sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian. Dalam penelitian ini instrument yang digunakan yaitu:

1. Angket (*kuesioner*)

Yaitu suatu daftar pertanyaan atau pernyataan berupa formulir yang diajukan secara tertulis kepada subjek atau responden untuk mendapatkan jawaban seperlunya.⁴⁶ Cara mengisinya adalah dengan melingkari pada jawaban yang dipilih. Angket disebarakan kepada anggota sampel dari populasi penelitian. Responden diharapkan bersedia untuk memberikan informasidan dapat memahami pertanyaan yang dibuat oleh peneliti.

H. Analisis Data

⁴⁵ Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), 151

⁴⁶ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: UPFE UMY, 2003), 61

Menurut Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi, analisis data merupakan proses penyederhanaan data menjadi lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data merupakan sebuah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Data yang sudah terkumpul, baik yang berkaitan dengan harga dan kepuasan konsumen *Grabbike* akan dianalisis. Adapun langkah-langkah analisis data yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

1) *Editing* (memberikan data)

Data yang masuk perlu diperiksa apakah terdapat kesalahan dalam pengisiannya. Mungkin ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai atau lain sebagainya. Jawaban yang diperoleh dari responden perlu diperiksa kembali.

2) *Coding* dan *Categorizing*

Coding yaitu pemberian kode-kode pada setiap data yang masuk dalam kategori yang sama. Sedangkan *categorizing* merupakan penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan dalam kategori masing-masing variabel. Berikut adalah coding dan categorizing dalam peneliti ini yaitu:

- a. Untuk variabel pertama yaitu Harga (X)
- b. Untuk variabel kedua yaitu Kepuasan Konsumen (Y)

3) *Scoring* (pemberian skor)

Pemberian skor pada soal-soal yang perlu diberi skor. Pemberian skor dilakukan pada lembar jawaban angket pada tiap subjek. Skor tiap item ditentukan sesuai dengan pilihan sebagai berikut:⁴⁷

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

Setelah mencatat skor secara sistematis akan lebih memudahkan untuk menganalisis data yang sudah ada. Data yang sudah terkumpul kemudia disajikan dalam bentuk tabel di *Microsoft Excel*, inilah yang disebut tabulasi data.⁴⁸

5) *Processing*

Yaitu menghitung dan mengolah data dengan statistik.⁴⁹ Tahap inilah peneliti menggunakan bantuan SPSS 21 dengan menganalisis statistik sebagai berikut:

- a. Uji Validitas

Adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen untuk menentukan valid atau tidaknya item dalam sebuah

⁴⁷ Bambang Prasetyo, Lina Mifhatul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 171

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), 210

⁴⁹ Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 174

kuisisioner yaitu dengan membandingkan rhitung dengan rtabel atau embadningkannya dengan *p-value* dengan nilai $\alpha = 0,05$ atau tingkat kesalahan 5%. Adapun kriterianya sebagai berikut:

1. Jika nilai rhitung > rtabel, maka pernyataan dinyatakan valid.
2. Jika rhitung < rtabel, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Pengujian ini dilakukan dengan SPSS 21

c. Analisis Data

1. Uji Deskriptif

Data yang diperoleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen *Grabbike* pada santri Ma'had Darul Hikmah Ngronggo Kota Kediri.

d. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Digunakan untuk mengetahui dalam sebuah model regresi, variabel terikan dan bebas atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah distrbusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan beberapa cara. Yang pertama dengan cara membuat grafik distribusi normal dengan bantuan SPSS 21.

2. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi syarat adalah dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain tetap disebut homokedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t sebelumnya pada model regresi linier yang dipergunakan. Dalam model regresi yang baik adalah tidak terjadi autokorelasi.⁵⁰

e. Analisis Korelasi Pearson

Korelasi *pearson product moment* yaitu untuk mencari arah dari kekuatan hubungan antara variabel bebas (x) dengan variabel terikat (y) dan data terbentuk interval dan rasio.

Langkah-langkah untuk menentukan nilai korelasi (r) adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat tabel penolong
- 2) Menghitung r

Rumus :

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

⁵⁰ Muhammad Nisfianoor, *Pendekatan Saatika Modern Untuk Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 92

Keterangan:

r : korelasi PPM

n : Jumlah sampel

x : Variabel bebas (harga)

y : Variabel terikat (kepuasan konsumen)

korelasi *Pearson Product Moment* merupakan perhitungan untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dan data terbentuk interval dan rasio.⁵¹ Berikut merupakan interpretasi korelasi *Pearson Product Moment*:

Tabel 3.3.

Pedoman untuk memberikan Interpretasi Koefisien

Korelasi⁵²

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-0,1000	Sangat kuat

f. Analisis Regresi Sederhana

Dalam penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang berujuan untuk mnegtahui besarnya pengaruh variabel bebas

⁵¹ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), 197

⁵² Sugiono, *Metodologi Penelitian kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 184

terhadap variabel terikat. Berikut rumus regresi yang digunakan:

$$Y = \alpha + bX + e$$

Keterangan:

Y : Variabel Terikat (kepuasan konsumen)

α : Konstanta

X : Variabel bebas (harga)

b : koefisien regresi

e : Error item

g. Uji Hipotesis

Digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq t_{tabel}$ jadi H_0 diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak

h. Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Koefisien determinasi (r^2) tujuannya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Perhitungan korelasi determinasi dalam penelitian bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas (harga) dalam menjelaskan variabel terikat (kepuasan konsumen). Kriteria pengujian $r^2=0$, artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Jika r^2 semakin mendekati 1, yang mendekati 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.⁵³

⁵³Dwi Prayitno, Mandiri Belajar SPSS, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79