

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menegaskan analisis menggunakan angka serta diolah dengan menggunakan statistika, agar dapat menguji sebuah hipotesis yang sudah ditetapkan di awal.

Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>23</sup>

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel X (harga) dengan variabel Y (kepuasan pelanggan) pengguna GrabFood pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Angkatan Tahun 2018.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada konsumen pengguna GrabFood pada mahasiswa Ekonomi Syari'ah IAIN Kediri angkatan tahun 2018 di Jl. Sunan Ampel no 7 Ngronggo, Kediri, Jawa Timur.

---

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 8.

### C. Definisi Operasional Variabel

#### 1. Variabel Bebas (X) Harga

Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menyebabkan perubahan variabel terikat.<sup>24</sup> Penulis menggunakan harga sebagai variabel bebas.

Menurut Kotler dan Amstrong, harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.<sup>25</sup>

**Tabel 3.1**  
**Indikator Harga**

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikator
<b>Harga (X)</b>	Tingkat harga	Tingkat harga yang dimaksud adalah apakah jarak dari tarif yang digunakan perusahaan sudah sesuai.
	Struktur diskon	Grab menyediakan kode <i>voucher</i> dengan ketentuan yang berlaku.
	Cara pembayaran	Sebuah cara untuk membuat pembayaran lebih mudah bagi pelanggan. - pembayaran tunai - melalui non-tunai (OVO)
	Tingkat diskriminasi harga	Tingkat perbedaan harga Grab dengan transportasi lain.

Sumber: Indikator Harga dari teori Tjiptono dalam buku Sunyoto (2013)

<sup>24</sup> Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 31.

<sup>25</sup> Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi Bahasa Indonesia, (Jakarta: Erlangga, 2001), 339.

## 2. Variabel terikat (Y) Kepuasan Pelanggan

Variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.<sup>26</sup> Pada penelitian ini kepuasan Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel terikatnya.

Menurut Day dalam buku “*Total Quality Management*” yang dikutip oleh Fandy Tjiptono, “Kepuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara evaluasi ekspektasi sebelumnya (atau spesifikasi kinerja lainnya) dan kinerja aktual yang dirasakan oleh produk setelah digunakan”.<sup>27</sup>

**Tabel 3.2**  
**Indikator Kepuasan Pelanggan**

Variabel	Indikator Variabel	DeskripsiIndikator
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b>	<i>Recommendation</i>	Merekomendasikan jasa pengantaran makanan dari GrabFood kepada teman, saudara, maupun keluarganya karena konsumen merasa puas dengan harga dan promo yang menarik dari GrabFood.
	<i>Intention</i>	Konsumen berniat menggunakan berulang-ulang jasa pengantaran makanan dari GrabFood.
	<i>Say good things</i>	Menyampaikan hal-hal yang baik setelah menggunakan GrabFood seperti hal mengenai kualitas, harga, maupun kemudahan yang didapat.

Sumber: Indikator Kepuasan dari teori Boulding dan Keillor dalam Qin (2010)

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 86.

<sup>27</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Manajemen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), 102.

## D. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi Penelitian

Populasi adalah objek penelitian secara keseluruhan.<sup>28</sup> Populasi juga dapat disebut sebagai rangkaian objek penelitian dari semua kemungkinan orang, objek, atau ukuran ketertarikan dari suatu hal yang diminati.<sup>29</sup>

Populasinya merupakan mahasiswa Ekonomi Syari'ah IAIN Kediri yang menggunakan GrabFood sebanyak 95 mahasiswa.

### 2. Sampel

Bagian dari populasi disebut sampel. Oleh karena itu harus mempunyai ciri dari populasinya.<sup>30</sup>

Dalam penelitian ini jumlah mahasiswa Ekonomi Syariah yang menggunakan GrabFood sebanyak 95 mahasiswa, oleh karena itu pada penelitian ini, teknik yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dari sampel jenuh, sehingga menjadikan seluruh pengguna GrabFood menjadi Objek Penelitian pada mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan tahun 2018.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data mentah, yaitu data diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan

---

<sup>28</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2018), 173

<sup>29</sup> Zuraidah, *Statistika Deskriptif*, (Kediri: Stain Kediri Press, 2011), 26.

<sup>30</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 79.

menggunakan alat pengukuran pada subjek penelitian untuk menggali informasi.<sup>31</sup>

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan satu metode yaitu metode kuesioner. Metode ini digunakan dengan membuat daftar pertanyaan yang disusun secara terencana yang dianjurkan pada sejumlah pelanggan pengguna GrabFood untuk memperoleh data yang ada kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Untuk menggali data tentang pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian ini data bisa didapatkan melalui penyebaran angket (Kuisisioner) berupa butir pertanyaan mengenai variabel (X) harga dan (Y) kepuasan pelanggan. Data yang dibutuhkan yakni data kuantitatif tentang penyebaran kuisisioner kepada pelanggan pengguna GrabFood pada mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan tahun 2018 memanfaatkan bantuan *Google Form*.

#### **F. Instrument Penelitian**

Instrumen penelitian adalah suatu hal yang penting dan strategis posisinya didalam semua alur penelitian. Selain itu juga merupakan alat bantu peneliti dalam mengumpulkan data. Alat bantu nya yaitu kuisisioner. Kuisisioner merupakan alat yang dipakai guna mengetahui dampak harga terhadap kepuasan konsumen. Jumlah instrumen penelitian tergantung dari banyaknya variabel penelitian yang ditentukan oleh peneliti.

---

<sup>31</sup> Ibid., 91.

## G. Analisis Data

Metode ini digunakan setelah memperoleh data, mengumpulkan data dan membuat pengaturan yang obyektif melalui analisis statistik. Langkah-langkah mengolah data setelah terkumpul adalah:

### 1. *Editing* Data

*Editing* data yang terkumpul akan dilakukan pemeriksaan ulang untuk menghindari kesalahan dalam melakukan pengisian.<sup>32</sup>

### 2. *Coding* dan *Categorizing* (mengodekan dan pengkategorian)

Data yang dikumpulkan berupa angka dan kalimat pendek agar mudah dianalisis, dan jawaban perlu diberi kode dan klasifikasi. Berikut adalah *Coding* dan *Categorizing* dalam penelitian ini yaitu:

- a) Variabel pertama yaitu Harga (X)
- b) Variabel kedua yaitu Kepuasan Pelanggan (Y)

### 3. *Scoring* atau Memberi Skor

Pemberian skor mengacu pada skor atau jumlah setiap topik yang diberikan pada lembar jawaban kuesioner, dan setiap pertanyaan kuesioner ditentukan sesuai dengan tingkatan pilihan berikut:

- |                                |          |
|--------------------------------|----------|
| a. Jawaban Sangat Setuju       | : skor 5 |
| b. Jawaban Setuju              | : skor 4 |
| c. Jawaban Netral              | : skor 3 |
| d. Jawaban Tidak Setuju        | : skor 2 |
| e. Jawaban Sangat Tidak Setuju | : skor 1 |

---

<sup>32</sup> Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 304-305.

#### 4. *Tabulasi* (Penyusunan tabel)

Setelah mencatat skor secara sistematis akan lebih memudahkan analisis data yang dikumpulkan. Selanjutnya data tersebut kemudian ditampilkan pada tabel di Microsoft Excel.<sup>33</sup>

#### 5. *Processing*

*Processing* adalah mengolah data menggunakan statistik. Mulai dari tahap inilah peneliti menggunakan bantuan SPSS 20 dengan menganalisis statistik sebagai berikut:

##### a. Uji Instrumen

##### 1) Uji Validitas

Ukuran yang menunjukkan kevalidan sebuah instrumen. Untuk menentukan valid atau tidaknya item dalam sebuah kuisioner yaitu dengan membandingkan  $R$  hitung dengan  $R$  tabel atau membandingkan dengan  $p$ -value dengan nilai signifikan 0,05 atau tingkat kesalahan 5%. Adapun kriterianya sebagai berikut:

- a) Apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b) Apabila nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

---

<sup>33</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta:Rineka Cipta, 1991), 210.

## 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat akurasi atau ketepatan suatu alat ukur atau ukur.<sup>34</sup> Jika instrumen digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, data yang sama akan dihasilkan, dan kuesioner dianggap reliabel atau reliabel.<sup>35</sup> Pengujian reabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*.<sup>36</sup>

Kriteria yang digunakan untuk menginterpretasikan hasil uji reliabilitas yaitu:

- a) Jika nilai<sub>hitung</sub> lebih besar dari taraf signifikan( $\alpha$ ) = 0,6 maka angket dinyatakan reliabel.
- b) Jika nilai<sub>hitung</sub> lebih kecil dari taraf signifikan( $\alpha$ ) = 0,6 maka angket dinyatakan tidak reliabel.

Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a) Nilai alpha 0,00-0,2 berarti kurang reliable
- b) Nilai alpha 0,21-0,4 berarti agak reliable
- c) Nilai alpha 0,41-0,6 berarti cukup reliable
- d) Nilai alpha 0,61-0,8 berarti reliable
- e) Nilai alpha 0,81-1,00 berarti sangat reliabel<sup>37</sup>

<sup>34</sup> Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 117.

<sup>35</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 202.

<sup>36</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), 135.

<sup>37</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini dapat dilakukan dengan bantuan SPSS 20 yaitu dengan uji *Kolmogorov Smirnov*.<sup>38</sup>

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan antar residual. Model regresi yang memenuhi syarat adalah terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain disebut heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini heteroskedastisitas data dideteksi dengan melihat *scatter plot*.

a) Apabila terbentuk pola tertentu pada grafik *scatter plot*, maka diindikasikan terjadi heteroskedastisitas.

b) Apabila tidak terbentuk pola yang jelas serta titik-titiknya menyebar, maka diindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara kesalahan pada periode  $t$  dan kesalahan pada periode  $t$

---

<sup>38</sup> Imam Gunawan, *Pengantar STATISTIKA INFERENSIAL*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 93.

sebelumnya ( $t-1$ ). Singkatnya, dasar adanya autokorelasi adalah sebagai berikut:<sup>39</sup>

- a) Jika  $0 < d < dL$  maka terjadi autokorelasi positif.
- b) Jika  $dL < d < dU$  berarti tidak ada kepastian terjadi (ragu-ragu).
- c) Jika  $4 - dL < d < 4$  maka terjadi autokorelasi positif.
- d) Jika  $4 - dU < d < 4 - dL$  maka tidak ada kepastian (ragu-ragu).
- e) Jika  $dU < d < 4 - dU$  berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

#### c. Uji Korelasi

Analisis hubungan (korelasi) adalah suatu bentuk analisis yang dirancang untuk mengetahui kekuatan atau arah hubungan antara dua variabel atau lebih, dan tingkat pengaruh satu variabel (variabel bebas) terhadap variabel lain (variabel terikat).<sup>40</sup>

Karena hubungan antara variabel independen (X) (yaitu harga) dan variabel dependen (Y) (yaitu kepuasan pelanggan) membentuk interval dengan data, maka dilakukan analisis korelasi. Untuk menggambarkan koefisien korelasi yang ditemukan, kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

---

<sup>39</sup> Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa Dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 110-111.

<sup>40</sup> Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 187.

**Tabel 3.3**  
**Kriteria Koefisien Korelasi Nilai  $r$ <sup>41</sup>**

No.	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1.	0,80-1,000	Sangat kuat
2.	0,60-0,799	Kuat
3.	0,40-0,599	Cukup Kuat
4.	0,20-0,399	Rendah
5.	0,00-0,199	Sangat Rendah

d. Analisis Regresi Linier Sederhana

Rumus regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan. Berikut ini adalah rumus regresi yang digunakan :

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a dan b = Konstanta

e. Uji Hipotesis

1) Uji F

Uji F dirancang untuk menentukan apakah data sesuai dengan model regresi. Kriteria dan aturan pengujian

$H_0$  diterima apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

$H_0$  ditolak apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

---

<sup>41</sup> Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 81.

Jadi kesimpulan yaitu untuk membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , maka dapat ditentukan apakah  $H_0$  diterima atau ditolak.<sup>42</sup>

## 2) Uji T

Pengujian hipotesis menggunakan uji t yaitu untuk menguji pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Langkah-langkah pengujiannya yaitu:

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

$$t_{hitung} \geq t_{tabel} \text{ atau } t_{hitung} \leq -t_{tabel} \text{ jadi } H_0 \text{ ditolak}^{43}$$

## 3) Koefisien Determinasi

Perhitungan korelasi determinasi dapat mengukur kemampuan variabel bebas X (harga) dalam menjelaskan variabel terikat Y (Kepuasan Pelanggan).<sup>44</sup>

$$\text{Rumus: } R = r^2 \times 100\%$$

---

<sup>42</sup> Damondar Gujarati, *Dasar-dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.

<sup>43</sup> Wiratna Sujarweni, *Panduan Mudah Menggunakan SPSS & Contoh Penelitian Bidang Ekonomi*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 67.

<sup>44</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.