

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif, artinya pendekatan penelitian yang spesifikasinya terstruktur dan sistematis, serta terencana dengan jelas mulai awal sampai pembuatan desain penelitian, baik tentang subjek penelitian, objek penelitian, tujuan penelitian, sumber data, sampel data ataupun metodologinya (dimulai pengumpulan data sampai dengan analisis data).¹

Sedangkan jenis penelitiannya merupakan penelitian korelasi, yaitu penelitian yang dilaksanakan untuk mencari hubungan maupun pengaruh satu variabel atau lebih variabel Independen dengan satu ataupun lebih variabel.²peneliti berusaha menjelaskan ada tidaknya hubungan atau seberapa besar pengaruh antara variabel (X) Harga dengan variabel (Y) kepuasan pelanggan.

B. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel bebas (X) (Independent Variabel)

¹ Rizki amalia, " pengaruh Motivasi, Persepsi, dan sikap terhadap keputusan pembelian di toko Niki Mart Glagah Perspektif Ekonomi Islam", 35

² Puguh suharso, "2009,"Metode penelitian kuantitatif untukBisnis: Pendekatan filosofi dan Praktis(Jakarta:Indeks),46

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa atau jumlah semua nilai yang diberikan pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.³ Peneliti menggunakan tiga indikator harga yakni daftar harga, diskon, dan potongan harga. Berikut indikator yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 3. 1
Indikator Penelitian Variabel X

Variabel	Indikator
Harga (X)	1. Keterjangkauan Harga
	2. Diskon
	3. Penetapan Harga Jual

Sumber: Kotler dan Armstrong didalam skripsi Noviana Khasanah⁴

2. Variabel Terikat (Y) (Dependent Variabel)

Variabel Variabel dependen atau biasa disebut dengan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁵ Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y). kepuasan pelanggan / konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta

³ Kotler, Philip, dan Gary Amtrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1(Jakarta: Erlangga), 345

⁴ Noviana Khasanah, 2019”Skripsi Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan Facial Foam Wardah (Studi Pada Mahasiswi Santri Pondok Pesantren Al-Amien Rejomulyo Kediri)”, (Kediri : IAIN Kediri)

⁵Rambat Lupiyoadi,” Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3 “(Jakarta:Salemba Empat, 2013), 178.

terpenuhinya secara baik.⁶ Berikut adalah indikator penelitian kepuasan pelanggan menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono :

Tabel 3. 2
Indikator Penelitian Variabel Y

Variabel	Indikator
Kepuasan pelanggan (Y)	1. Kesesuaian Harapan
	2. Minat berkunjung kembali
	3. Kediaan merekomendasikan

Sumber : Hawkins dan Lonney didalam skripsi Deva Wijayanti ⁷

C. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini adalah *Detergent Laundry* Outlet Ngronggo berlokasi di Perumnas Nronggo Jalan Mawar Raya Kecamatan Kota, Kota Kediri kode pos 64127

Peneliti memilih *Detergent Laundry* Outlet Ngronggo karena outlet Ngronggo adalah outlet pertama dan, outlet Ngronggo mendapat omset tinggi tiap tahunnya.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi, wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸ Populasi bisa dikatakan dengan keseluruhan objek penelitian. Adapun yang

⁶ Dwi Aliyah Apriyani Sunarti, *Pengaruh Kualits Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo)*, (Jurnal : UB, 2017), Vol.51 No.2. Hal : 3

⁷ Deva Wijayanti, *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Lirboyo Kota Kediri*, (Kediri :Skripsi IAIN Kediri,2018)

⁸ Sugiono, 2014“*Metode Penelitian Manajemen*”, (Bandung: Alfabeta, 2014), 148.

menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Detergent Laundry , yakni sejumlah 771 orang.

2. Sampel, yaitu bagian sebagian atau keseluruhan populasi yang dapat merepresentasikan populasi secara menyeluruh.⁹ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.¹⁰

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode Random Sampling, yaitu sampel yang diambil secara acak. Oleh karena itu, penulis dapat memilih siapapun responden dimana dan kapan saja ditemui agar bisa dijadikan sebagai elemen-elemen sampel penelitian. Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka peneliti menggunakan metode pengambilan sampel Slovin. Peneliti menggunakan tingkat kesalahan atau *sampling error* 10%, dengan jumlah populasi 771 orang. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 89 responden. Adapun rumus Slovin seperti berikut ¹¹:

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

Keterangan :

⁹ Ibid, 63.

¹⁰ Sugiyono, 2013”Metode Penelitian Bisnis”, (Bandung: Alfabeta, 2013), 122

¹¹ Robert, victor dan Mac Donald, 2017”Pengaruh Sikap Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. BANK NEGARA INDONESIA (Persero) CABANG MANADO”, (Manado : Jurnal Universitas Sam Ratulangi Manado,2017), Vol.05 No.2 H: 1242.

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

α^2 = Persen Kelonggaran ketidakteelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

Adapun hasil perhitungan jumlah sampel menggunakan metode Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{771}{1 + (771) \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{771}{8,71}$$

n = 88,5, disesuaikan oleh peneliti menjadi 89 Responden.

E. Sumber Data Penelitian

1. Data primer, yaitu pemecahan masalah yang sedang diselidiki melalui pengamatan, data survei, ataupun eksperimen yang dikumpulkan.¹² Dalam penelitian ini dilaksanakan penyebaran koesoner kepada konsumen yang sudah memiliki kartu member yang ada di *Detergent Laundry Outlet Ngronggo*.
2. Data sekunder, yaitu data yang didapat dari hasil pengolahan pihak kedua hasil penelitian lapangan.¹³ Pada penelitian ini didapat dari berbagai sumber baik literatur, artikel, serta data perusahaan, situs Internet, dan sebagainya yang relevan dengan penelitian.

¹² Sugiono, 2014, Metode Pendidikan: Pendekatan Kuantitati, kualitatif, dan R&D(Bandung:Alfabeta),116

¹³ Suharsimi Arikunto,1998,Prosedur Peneitian: Suatu Pendektan Praktik(Jakarta:Rineka Cipt),116

F. Instrument Penelitian

1. Angket (kuesioner), serangkaian daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, lalu dikirim agar diisi oleh responden.¹⁴ Angket ini harus dijawab oleh responden (pelanggan *Detergent Laundry*) dengan cara mencentang pada jawaban yang dipilih. Dimaksudkan untuk mengumpulkan data tentang sikap konsumen dan keputusan pembelian.
2. Dokumentasi, metode yang digunakan untuk menggali data tentang sesuatu hal maupun variabel yang berupa buku-buku atau catatan-catatan, surat kabar, maupun majalah, serta internet dan sebagainya yang berkaitan dengan seluk beluk tentang objek.¹⁵ Yang mana dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data tentang sejarah berdirinya *Detergent Laundry*, visi dan misi, struktur organisasi, serta data pelanggan.

G. Analisis Data

Agar dapat bisa dipresentasikan kepada orang lain, perlunya pengaturan secara sistematis serta proses pelacakan terhadap data yang didapat merupakan pengertian dari analisis data.¹⁶ Adapun langkah-langkah yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. *Editing* (Membersihkan Data).

Adalah pekerjaan mengoreksi atau melaksanakan pengecekan data. Ketika data mau, perlu diperiksa apakah ada kekeliruan-kekeliruan dalam

¹⁴ Burhan Bungin, 2005, "Metodologi Penelitian Kuantitatif" (Jakarta: Prenada Media), 114

¹⁵ Irawan Soehartono, 199, "Metodologi Penelitian Sosial", (Bandung: Remaja Rosdakarya), 69.

¹⁶ Ahmad Tanzeh, 2009, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras), 103

pengisiannya, Mungkin ada yang tidak sesuai,palsu, tidak lengkap dan lain-lain.

2. *Coding* dan *Categorizing*

Pembuatan ataupun pemberian kode kepada setiap data yang termasuk dalam kategori yang sama disebut dengan *Coding*, sedangkan *Categorizing* merupakan pengelompokan data yang terdapat dalam daftar pertanyaan ke dalam kategori masing0masing variabel.¹⁷ *Coding* dan *Cateorizing* pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk Variabel Pertama, yaitu Harga (X)
- b. Untuk Variabel Kedua, yaitu Keputusan Pembelian (Y)

3. *Scoring* (Memberi Skor)

Pemberian skor pada item-item tertentu yang perlu diberi skor disebut dengan *Scoring*. Berikut pemberian skor terhadap setiap item:

Tabel 3. 3
Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber :Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam SPSS19

4. *Tabulating* Data

¹⁷ Marzuki,2006, Metodologi Penelitian Riset (Yoyakarta:Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII),81

Data yang telah diberi *code* sesuai dengan analisis yang dibutuhkan, kemudian dibuatkan tabel yang disebut *tabulating* data. Jawaban-jawaban kemudian dikelompokkan dengan cara diteliti serta diatur sedemikian rupa. Kemudian dihitung serta dijumlahkan berapa banyak peristiwa maupun gejala, ataupun item yang termasuk dalam satu *kategori*.¹⁸

5. *Processing*

Mengelola dan menghitung ataupun menganalisis data dengan statistik.

Teknik analisis dalam *processing* adalah seperti berikut:

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Untuk mengukur sah dan valid tidaknya suatu kuesioner menggunakan uji validitas. Apabila pernyataan ataupun pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur, maka kuesioner itu dinyatakan valid.¹⁹

2) Uji Reabilitas

Indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur bisa diandalkan serta bisa dipercaya disebut dengan reabilitas.²⁰

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

¹⁸ Marzuki, "Metodologi Penelitian Riset", 83

¹⁹ Imam Ghazali 2005 "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19" (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro), 52

²⁰ Sugiyono, 2011, "Statistika Untuk Penelitian" (Bandung: Alfabeta), 365

Untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan mengikuti distribusi normal ataupun tidak berdistribusi normal merupakan fungsi dari uji normalitas.²¹

2) Uji Multikolinearitas

Pengujian untuk model regresi apakah erdapat hubungan antar variabel bebas merupakan tujuan dari uji Multikolinearitas.²²

3) Uji Heteroskedasitas

berfungsi untuk menguji apakah pada model regresi terdapat ketidaksamaan varian.²³

4) Uji Autokorelasi

Digunakan untuk mengetahui terdapat atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu hubunan yang terjadi antara residual dalam satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi.²⁴

6. Analisis Korelasi Pearson (Product Moment)

Analisis agar bisa mengetahui arah korelasi yang terjadi untuk data berskala interval atau rasio serta mengetahui keeratan korelasi antara dua variabel merupakan analisis korelasi person atau *product moment*.²⁵ Untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi, berikut pedomannya:

²¹ V.wiratna,2007,"Belajar Mudah SPSS"(Yogyakarta:Ardana Media0,187

²² Sulisyanto,2011,"Ekonometrika Terapan; Teori dan Aplikasi dengan SPSS"(Yogyakarta:Andi),82

²³ Imam Ghazali,2011,Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19", Edisi 5(semarang:Badan Penerbit Universitas Dionegoro)),105

²⁴ Senjoyo et. Al,2013,"Aplikasi SPSS untuk SMART Riset: Program IBM SPSS 21.0"(Bndung; Alfabeta),59-60

²⁵ Dwi Priyatno,2011,"Buku Pintar Statistik Komputer"(Yogyakarta:MediaKom)),129

Tabel 3. 4
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Korelasi	Hubungan
0,00 – 0,20	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh, tetapi sangat lemah sekali sehingga korelasi ini diabaikan dan dianggap tidak ada korelasinya
0,20 – 0,40	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang lemah atau rendah
0,40 – 0,70	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang sedang atau cukup
0,70 – 0,90	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang tinggi
0,90 – 1,00	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang sangat tinggi.

7. Analisis Regresi Sederhana

Bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variable bebas terhadap variable terikat. Pada penelitian ini model persamaan analisis regresi seperti berikut:²⁶

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

a = Nilai Konstanta

X = Variabel bebas

b = koefisien regresi

²⁶ Dwi Priyatno, "Buku pintar Statistik Komputer", 130

3. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variable terikat.²⁷ Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variable X (Harga) dalam menjelaskan variable terikat Y (Kepuasan Pelanggan). Kriteria pengujian $R^2=0$, artinya variable bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variable terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1 yang berarti 100% artinya variable bebas berpengaruh kuat terhadap variable terikat.

²⁷ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS(Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, (Yogyakarta: MediaKom, 2008) 79.

