

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dimana dalam metode ini menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menemukan suatu keterangan yang akan diperoleh dan dianalisis menggunakan statistik.¹

Selanjutnya, jenis penelitian eksplanatif digunakan peneliti bertujuan untuk menjelaskan satu variabel dengan variabel lain dan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan, dengan kaitannya untuk melihat sejauh mana hipotesis dan menguji teori yang diangkat dalam penelitian hubungan antara penggunaan aplikasi *streaming* musik Spotify dengan kepuasan konsumen.

B. Variabel Penelitian

1. Variabel bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.² Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah penggunaan aplikasi *streaming* musik Spotify.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), 11.

² Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 39.

2. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat adalah sejumlah gejala atau faktor yang dipengaruhi atau ditentukan oleh adanya variabel bebas.³ Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel penelitian yang dimaksud untuk membatasi arti variabel sehingga tidak terjadi salah pengertian dalam interpretasi data-data hasil yang diperoleh. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan suatu respon emosional setelah mengevaluasi terhadap pengalaman selama mengkonsumsi produk atau jasa.

2. Penggunaan Media

Penggunaan media ialah audiens (khalayak) aktif memilih media yang sesuai dan berorientasi pada tujuan mereka, audiens (khalayak) bertanggung jawab untuk memilih media guna memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan.

³ Ibid.

D. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang mempunyai karakteristik tertentu yang dapat menjadi sumber data penelitian.⁴ Populasi pada penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas Wargakelana yang berjumlah 143 orang.

Teknik sampling yang digunakan peneliti untuk menentukan sampel dalam penelitian adalah teknik *probability sampling*. Teknik *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang setiap anggota populasi memiliki peluang sama untuk terpilih sebagai sampel.⁵ Selanjutnya sampel yang dimaksud dalam penelitian di sini adalah sebagian dari populasi yang tentunya telah menggunakan aplikasi *streaming* musik Spotify, yaitu sebanyak 135 orang.

E. Data dan Sumber Data

Penelitian ini memakai jenis data yang bersumber dari data primer dan sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dari objek penelitian.⁶ Dalam penelitian ini sumber data primer didapat melalui observasi pada subjek yang menggunakan aplikasi *streaming* musik spotify dan diperoleh hasil angket yang telah disebar dan kemudian diisi oleh subjek.

Sedangkan sumber data yang kedua ialah sumber data sekunder. Sumber data sekunder lebih mengutamakan pada data yang telah diolah oleh sumber

⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana: 2017), 30.

⁵ Ibid, 31.

⁶ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2010), 122.

atau peneliti lain.⁷ Dalam penelitian ini sumber data sekunder antara lain adalah buku, artikel, jurnal, dan penelitian lain yang sudah dilakukan oleh penelitian sebelumnya.

F. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menjadi amat penting karena merupakan bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Adapaun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Skala Psikologi

Skala merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan dalam bentuk skala yang telah dirancang untuk dijawab oleh responden⁸ Terdapat 2 skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala kepuasan konsumen dan skala penggunaan media. Alat ukur skala psikologis ini dibuat sendiri atas dasar teori dan aspek dari Tjiptono untuk kepuasan konsumen dan Katz, Blumler, Gurevitch untuk penggunaan media yang selanjutnya dilakukan *Profesional Judgment* yakni pertimbangan dari ahli atau orang yang dianggap ahli dalam hal tersebut.⁹

2. Kepustakaan dan Dokumentasi

Teknik ini adalah usaha untuk memperoleh sejumlah data melalui sumber-sumber yang telah ada, diperoleh melalui perpustakaan maupun

⁷ Ibid.

⁸ Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih S, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Gava Media, 2017), 63.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2009), 189.

laporan penelitian terdahulu serta pencatatan dari sejumlah dokumen atau bukti tertulis lainnya.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar kegiatan itu menjadi sistematis yang mempermudah sebuah penelitian. Alat ukur ini sangat penting untuk mencari data dengan cara membatasi kebenaran dan ketepatan indikator variabel yang sudah ditetapkan dari data di lapangan, sehingga data yang terkumpul sesuai dengan masalah dan tidak meluas.¹⁰

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala Likert, di mana skala Likert digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat dengan cara mengindikasikan kesetujuan dan ketidaksetujuan dari subjek terhadap serangkaian pernyataan yang diberikan. Tingkat persetujuan dalam skala Likert terdiri dari 4 pilihan skala yang mempunyai gradasi dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).¹¹

Penentuan skor skala penggunaan media dan kepuasan konsumen dilihat dari jenis item, termasuk item *favorable* atau *unfavorable*. Item *favorable* diberi skor 4 jika subjek memilih jawaban Sangat Setuju (SS), diberi skor 3 jika subjek memilih jawaban Setuju (S), diberi skor 2 jika subjek memilih jawaban Tidak Setuju (TS), dan diberi skor 1 jika subjek memilih jawaban

¹⁰ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016), 97.

¹¹ Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 149.

Sangat Tidak Setuju (STS). Sebaliknya, item *unfavorable* diberi skor 1 jika subjek memilih jawaban Sangat Setuju (SS), diberi skor 2 jika subjek memilih jawaban Setuju (S), diberi skor 3 jika subjek memilih jawaban Tidak Setuju (TS), dan diberi skor 4 jika subjek memilih jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3.1 Skor Skala Likert

Kategori Respon	Skor Skala Favorable	Skor Skala Unfavorable
SS (Sangat Setuju)	4	1
S (Setuju)	3	2
TS (Tidak Setuju)	2	3
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	4

Alat ukur skala psikologis ini dibuat sendiri atas dasar teori dan aspek dari Tjiptono untuk kepuasan konsumen dan Katz, Blumler, Gurevitch untuk penggunaan media yang selanjutnya dilakukan *Profesional Judgment* yakni pertimbangan dari ahli atau orang yang dianggap ahli dalam hal tersebut.¹² Dalam penelitian ini, ada dua bentuk skala yang nantinya akan diberikan kepada subjek, yaitu:

1. Aspek Kepuasan Konsumen

Adapun aspek kepuasan konsumen menurut Tjiptono diantaranya ialah:

- a. Kesesuaian harapan, b. Minat menggunakan kembali, c. Kesiapan merekomendasikan.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2009), 189.

Tabel 3.2 Blueprint Kepuasan Konsumen

Aspek	Indikator	Nomor Item		Jumlah item	Bobot
		Favorabel	Unfavorabel		
1. Kesesuaian harapan (Tingkat kesesuaian antara harapan terhadap produk sebelum digunakan dengan setelah digunakan oleh konsumen)	a. Kesesuaian harapan berdasarkan kualitas pelayanan	1, 2, 3	7, 8	5	33%
	b. Kesesuaian harapan dengan fasilitas penunjang	4, 5, 6	9, 10, 11	6	
2. Minat menggunakan kembali (hal ini merupakan suatu bentuk penggunaan kembali atau transaksi ulang terhadap suatu produk dikarenakan kesediaan dari konsumen)	a. Kesetiaan konsumen dalam menggunakan aplikasi	12, 13, 14	17, 18, 19	6	30%
	b. Kenyamanan konsumen dalam menggunakan aplikasi	15, 16	20, 21	4	
3. Kesiediaan merekomendasikan (hal ini merupakan kesediaan konsumen untuk menyarankan produk yang digunakan dan dirasa cocok kepada rekan maupun orang lain)	a. Pengalaman konsumen dalam menggunakan aplikasi	22, 23	28, 29	4	37%
	b. Kepuasan kebutuhan konsumen terpenuhi	24, 25, 26, 27	30, 31, 32, 33	8	
Jumlah		17	16	33	100%

2. Aspek Penggunaan Media

Adapun aspek penggunaan media menurut Ktaz, Blumler dan Grevitch

ialah: a. Frekuensi, b. Intensitas, c. Durasi.

Tabel 3.3 Blueprint Penggunaan Aplikasi *Streaming* Musik Spotify

Aspek	Indikator	Nomor Item		Jumlah item	Bobot
		Favorabel	Unfavorabel		
1. Frekuensi (merupakan tingkat keseringan dalam menggunakan suatu media)	a. Tingkat keseringan dalam mengakses media	1, 2, 3, 4	5, 6, 7	7	29%
2. Intensitas (merupakan tingkat pemahaman mengenai media yang digunakan, saat sebelum, saat digunakan dan sesudah digunakan)	a. Intensitas berdasarkan perhatian konsumen	8, 9	13	3	38%
	b. Intensitas berdasarkan pemahaman terhadap layanan media	10	14, 15	3	
	c. Intensitas berdasarkan cara menggunakan media	11, 12	16	3	
3. Durasi (merupakan lamanya waktu yang dibutuhkan dalam mengkonsumsi suatu media)	a. Tingkat selang waktu dalam menggunakan media	17, 18, 19, 20	21, 22, 23, 24	8	33%
Jumlah		13	11	24	100%

Metode penelitian ini menggunakan metode *try out*. Adapun definisi *try out* dalam penelitian ini adalah data alat ukur yang disebar pertama kali ke responden penelitian diuji cobakan terlebih dahulu, sehingga didapatkan item-item yang gugur atau tidak valid yang kemudian item-item tersebut akan dihapus dan diganti dengan item yang diperbaharui.¹³ Setelah pengumpulan data selanjutnya dilakukan analisis menggunakan *SPSS versi 16.0 for Windows*.

¹³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2009), 189.

H. Analisis Data

Analisis data merupakan tahap akhir dari metode penelitian. Analisis data ini merupakan pengolahan serta penafsiran data yang dapat dikatakan sebagai rangkaian penelaah, pengelompokan, sistematis, penafsiran dan juga sebagai verifikasi data agar fenomena mempunyai nilai sosial ilmiah dan akademis. Dalam hal ini metode statistik merupakan cara untuk memperoleh data dan menarik kesimpulan yang diteliti serta kesimpulan yang logis dari pengolahan data.

Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Analisis Korelasi Product Moment* digunakan untuk digunakan untuk mengetahui derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis antara 2 variabel yang sama-sama berjenis interval atau rasio.¹⁴ Analisis data ini akan menggunakan bantuan *SPSS versi 16.0 for Windows*.

Berdasarkan analisis data yang telah dibuat, maka dalam penelitian ini digunakan beberapa alat statistik yang berdasarkan pada hipotesis yang telah dikemukakan. Adapun langkah-langkah dalam mengolah data setelah data terkumpul adalah:

1. *Editing*

Editing adalah pengecekan atau pengoreksian data yang dikumpulkan karena kemungkinan data yang masuk (*row data*) yang terkumpul tidak logis dan meragukan.

¹⁴ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016), 175.

2. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor pada tiap item pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat pilihan.

3. *Tabulating*

Tabulating adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan.

4. *Processing*

Processing yaitu menghitung dan mengolah data dengan statistic. Teknik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara penggunaan aplikasi *streaming* music Spotify dengan kepuasan konsumen adalah analisa korelasi *product moment*.¹⁵

5. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Penggunaan validitas yakni agar dapat mengetahui seberapa besar kecermatan serta ketepatan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsinya. Alat ukur dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat ukur tersebut sesuai dengan fungsi ukurnya.¹⁶ Butir pertanyaan dapat dikatakan valid apabila mempunyai dukungan besar terhadap skor

¹⁵ Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 24.

¹⁶ Saifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 131.

total, yaitu r hitung $>$ r tabel sebesar 0,1422 dengan taraf signifikansi 5%.¹⁷

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Digunakan untuk menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas dinyatakan oleh nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60. Semakin tinggi koefisien mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitas. Sebaliknya koefisien yang semakin rendah mendekati angka 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya¹⁸

Tabel 3.4 Koefisien Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	$<$ 0,20	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

6. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Adapun persyaratan yang harus dipenuhi sebelum peneliti menganalisis data dengan bantuan *SPSS versi 16.0 for Windows*, terlebih dahulu harus memeriksa keabsahan sampel dengan uji normalitas data. Uji normalitas data dimaksudkan untuk mengetahui

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 189.

¹⁸ Ali Anwar, *Statistika untuk Penelitian Pendidikan*, (Kediri: IAIT Press, 2009), 107.

apakah sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal atau tidak. Selanjutnya dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Data penelitian dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$.¹⁹

b. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah untuk mengetahui hubungan dari variabel, Uji Ramsey ini bertujuan untuk menghasilkan F hitung. Sehingga apakah variabel penggunaan aplikasi *streaming* musik Spotify memiliki hubungan yang linier atau tidak dengan kepuasan konsumen. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier dengan ketentuan, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.²⁰

7. Uji Hipotesis

Sejalan dengan hipotesis dan tujuan penelitian ini yaitu mencari korelasi atau hubungan maka pengujian koefisien korelasi antara penggunaan aplikasi *streaming* musik Spotify dengan kepuasan konsumen dikatakan mempunyai hubungan yang linier dengan ketentuan, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Serta sejalan dengan hipotesis dan tujuan penelitian ini yaitu mencari korelasi atau hubungan maka untuk pengujian koefisien korelasi diantara skor-skor skala dihitung dengan menggunakan formulasi korelasi *product moment*, dengan rumus sebagai berikut:

¹⁹ Wiratna Sujarwati, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Global Media Informasi, 2008), 45.

²⁰ Ibid.

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

Keterangan :

- r_{xy} = koefisien korelasi antara X dan Y
- n = jumlah responden uji coba
- X = skor tiap aitem
- Y = skor seluruh item responden uji coba
- XY = produk dari X dikali Y