

### **BAB III**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, untuk menerapkan suatu teori terhadap suatu permasalahan memerlukan metode khusus yang dianggap relevan dan membantu memecahkan permasalahan.

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Rancangan penelitian ini adalah rancangan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang menggunakan data dan angka sebagai alat untuk menemukan jawaban atas masalah yang ingin diteliti.<sup>28</sup> Untuk mengetahui pengaruh variabel *dependent* terhadap variabel *independent* maka pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel dimana perubahan satu variabel menyebabkan perubahan variabel lainnya tanpa adanya kemungkinan akibat kebalikannya.<sup>29</sup> Dalam hal ini, peneliti ingin mencari tahu tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dompet digital Go-Pay pada mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2019 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

---

<sup>28</sup> Deni Darmawan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 37.

<sup>29</sup> Rully Indrawan dan R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan* (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), 51.

## B. Variabel Penelitian

Variabel adalah hal-hal yang menjadi obyek penelitian, yang ditatap dalam suatu kegiatan penelitian (*points to be noticed*), yang menunjukkan variasi, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Dengan begitu dapat dikatakan variabel penelitian adalah setiap hal yang ada dalam suatu penelitian yang datanya ingin diperoleh oleh peneliti, dinamakan variabel karena nilai dari data tersebut bervariasi. Variabel dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang terdiri dari satu variabel bebas yaitu kualitas produk (X) dan satu variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan dompet digital Go-Pay (Y).

Untuk menjelaskan variabel tertentu, perlu adanya definisi operasional untuk masing-masing variabel dalam upaya memahami dan meneliti. Definisi variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

### 1. Kualitas produk

Kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang ditanyakan atau diimplikasinya. Kualitas produk memiliki dua dimensi utama, yaitu tingkatan dan konsistensi. Dalam mengembangkan produk, pemasaran harus memilih tingkat kualitas yang dapat mendukung posisi produk di pasar sasaran.

### 2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan positif maupun negatif yang didapat atau dirasakan oleh konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang disediakan oleh produsen atau perusahaan yang melibatkan beberapa

aspek kepuasan konsumen yaitu: Loyal terhadap produk, adanya komunikasi yang positif dari mulut ke mulut dan perusahaan menjadi pertimbangan utama dan diukur dengan menggunakan angket.<sup>30</sup>

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Indikator	Deskripsi
Kualitas Produk (X)	<i>Performance</i>	Go-Pay memiliki kinerja yang baik sehingga pengguna dapat melakukan transaksi pembayaran di berbagai merchant
	<i>Features</i>	Aplikasi Go-Pay memiliki fitur yang lengkap yang dapat memenuhi kebutuhan penggunanya
	<i>Reliability</i>	Aplikasi Go-Pay rendah potensi gagal dalam transaksi pembayaran
	<i>Durability</i>	Aplikasi Go-Pay bertahan sebelum produk tersebut harus diganti
	<i>Conformanceto Spesification</i>	Aplikasi Go-Pay dapat digunakan setiap saat
	<i>Serviceability</i>	Dengan menggunakan Go-Pay transaksi pembayaran menjadi lebih cepat
	<i>Estethica</i>	Go-Pay memiliki tampilan aplikasi yang menarik
	<i>PercievedQuality</i>	Dengan menggunakan Go-Pay pembayaran menjadi simple dan instant
Kepuasan (Y)	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

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut Arikunto populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.<sup>31</sup>

Sedangkan menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang

<sup>30</sup> Basu Swasta Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* ( Yogyakarta Liberty, 2008), 119.

terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>32</sup> Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian yang akan dikenai generalisasi dari hasil penelitian. Berdasarkan definisi di atas, populasi yang diambil oleh peneliti adalah mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2019 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah mahasiswa semester enam prodi ekonomi syariah angkatan 2019 IAIN Kediri yaitu sebanyak 217 mahasiswa dengan kriteria menggunakan digital Go-Pay sebagai alasan dalam menggunakan dompet digital tersebut dan melakukan pemakaian lebih dari tiga kali dalam seminggu.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>33</sup> Teknik sampling adalah metode atau cara menentukan sampel dan besar sampel.<sup>34</sup> Teknik sampling dilakukan setelah ketentuan besarnya responden yang digunakan sebagai sampel diperoleh. Pada penelitian kuantitatif, memilih sampel dengan cara probabilitas sangatlah dianjurkan. Ada empat macam teknik pengambilan sampel yang termasuk dalam teknik pengambilan sampel dengan probabilitas sampling, yaitu: 1) Sampling Acak

---

<sup>31</sup>Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), 112.

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV.Alpabeta, 2009), 80.

<sup>33</sup>Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, 131.

<sup>34</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011), 75.

(*Random Sampling*), 2) Teknik Statifikasi, 3) Teknik Klaster (*Cluster Sampling*), 4) Teknik Secara Sistematis (*Systematic Sampling*).<sup>35</sup>

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling random yaitu teknik sampling acak (*random sampling*). Mahasiswa semester enam prodi ekonomi syariah angkatan 2019 IAIN Kediri yaitu sebanyak 217 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin yaitu::

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d<sup>2</sup> = presisi (ditetapkan 5% atau 0.05 dengan kepercayaan 95%)

$$n = \frac{217}{1 + 217(0.05)^2}$$

$$n = \frac{217}{1 + 0.542}$$

$$n = \frac{217}{1.542}$$

$$n = 140.7 = 140 \text{ sampel}$$

Hasil perhitungan sampel yang didapat yaitu sebesar 140.7. Jadi penelitian ini menggunakan 140 responden untuk dijadikan sampel penelitian.

---

<sup>35</sup> Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), 57-58.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Dalam sebuah penelitian teknik pengumpulan data sangat di butuhkan oleh peneliti guna memperoleh data yang ingin di teliti. Teknik pengumpulan data yaitu suatu kegiatan mengumpulkan data-data yang kita teliti untuk memperoleh data yang sesungguhnya saat melakukan penelitian. Teknik pengumpulan data bisa dilakukan dengan berbagai macam cara misalnya: 1) kuesioner, 2) observasi, 3) dokumentasi, 4) wawancara, dan 5) skala.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala. Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala kualitas produk (X) dan kepuasan pelanggan dompet digital Go-Pay (Y) dengan empat pilihan alternatif jawaban respon, yaitu SS (sangat sesuai), S (sesuai), TS (tidak sesuai), dan STS (sangat tidak sesuai). Respon dari setiap item memiliki bobot nilai 4 (empat) untuk respon sangat sesuai, 3 (tiga) untuk respon sesuai, 2 (dua) untuk respon tidak sesuai, dan 1 (satu) untuk respon sangat tidak sesuai.

#### **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih muda dan hasilnya lebih baik, dalam artian lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah dikelola. Instrumen penelitian merupakan suatu unsur yang amat penting dalam suatu penelitian, kerana fungsinya sebagai sarana pengumpul data yang banyak menentukan keberhasilan suatu peneliti yang dituju. Terdapat dua instrument dalam penelitian ini yakni skala untuk variable kualitas produk dan kepuasan pelanggan dompet digital Go-Pay.

## F. Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan semuanya kepada orang lain.<sup>36</sup> Analisis data dilakukan apabila data-data yang diperlukan telah terkumpul dan selanjutnya data tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan yang objektif dan logis.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka peneliti menggunakan analisis korelasi produk moment dan analisis regresi dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 21. Adapun langkah-langkah mengolah data setelah terkumpul adalah:<sup>37</sup>

### 1. *Editing*

Data yang masuk (*raw data*) perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan –kekeliruan dalam pengisiannya, barangkali ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai, dan sebagainya. Pekerjaan mengoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut editing. Jawaban yang didapat dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan responden itu benar, apakah semua jawaban sudah dijawabnya, apakah sudah benar dan sesuai dengan keadaan, dan lain-lain.

### 2. *Coding dan Categorizing*

Proses berikutnya adalah *coding*, yaitu pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.

---

<sup>36</sup> Tanzeh, *Pengantar Metode...*, 103

<sup>37</sup> Mazuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 2006), 81

Sedangkan kategori adalah penggolongan data yang ada pada daftar pernyataan kedalam kategori variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini coding dan categorizing adalah sebagai berikut:

- a. Untuk variabel pertama, yaitu kualitas produk (X)
- b. Untuk variabel kedua, yaitu kepuasan pelanggan (Y)

### 3. *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 dari item pernyataan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat option (pilihan).

Penentuan skor untuk pernyataan positif sebagai berikut:

- |  |     |
|--|-----|
| a. Sangat Sesuai (SS) bobot nilai        | : 5 |
| b. Sesuai (S) bobot nilai                | : 4 |
| c. Netral (N) bobot nilai                | : 3 |
| d. Tidak Sesuai (TS) bobot nilai         | : 2 |
| e. Sangat Tidak Sesuai (STS) bobot nilai | : 1 |

Sedangkan penentuan skor untuk pernyataan negatif sebagai berikut:

- |  |     |
|--|-----|
| a. Sangat Sesuai (SS) bobot nilai        | : 1 |
| b. Sesuai (S) bobot nilai                | : 2 |
| c. Netral (N) bobot nilai                | : 3 |
| d. Tidak Sesuai (TS) bobot nilai         | : 4 |
| e. Sangat Tidak Sesuai (STS) bobot nilai | : 5 |

#### 4. *Tabulating* (Tabulasi)

Tabulasi adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang masuk dalam peristiwa.

#### 5. Deskripsi Data

Tahap yang digunakan dalam deskripsi data pada penelitian ini sebagai berikut:

##### a. Uji *Validitas*

*Validitas* adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan analisis korelasi *product moment* dengan bantuan aplikasi SPSS 21.

##### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 21. Ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:<sup>38</sup>

- 1) Nilai *alpha* 0,00-0,2 berarti kurang *reliabel*
- 2) Nilai *alpha* 0,21-0,4 berarti agak *reliabel*

---

<sup>38</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009),97

- 3) Nilai *alpha* 0,41-0,6 berarti cukup *reliabel*
- 4) Nilai *alpha* 0,61-0,8 berarti *reliabel*
- 5) Nilai *alpha* 0,81-1,00 berarti sangat *reliabel*

c. Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat kualitas produk dan kepuasan pelanggan dompet digital Go-Pay..

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji *Multikolinieritas*

Uji *Multikolinieritas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolonieritas, yaitu ada hubungan linier antar variabel independen dalam modal regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya *multikolinieritas*. Ada beberapa metode-metode pengujian yang bisa digunakan:

- a) Dengan menggunakan nilai inflation (VIF) pada model regresi.
- b) Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak (R).
- c) Dengan melihat nilai *eigenvaluedan condition index*. Pada penambahan ini akan dilakukan uji *multikolinieritas* dengan melihat nilai *inflation* (VIF) pada model regresi. Menurut Santoso, pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Dwi Prianto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 68

## 2) Uji *Autokorelasi*

Uji *Autokorelasi* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *autokorelasi*, yaitu korelasi yang terjadi antara *residual* ada atau pengamatan dengan pengamatan pada model regresi.<sup>40</sup> Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika  $d$  lebih kecil dari  $D_L$ . Atau lebih besar dari  $(4-d_L)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat auto korelasi.
- b) Jika  $d$  terletak antara  $d_L$  dan  $d_U$  atau diantara  $(4-d_U)$  dan  $(4-d_L)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai  $d_U$  dan  $d_L$  dapat diperoleh tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

## 3) Uji *Heteroskedastisitas*

Uji *Heteroskedastisitas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *Heteroskedastisitas*. Yaitu terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan yang lain.<sup>41</sup> Cara untuk memprediksi ada tidaknya *Heteroskedastisitas* pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot*, regresi yang tidak terjadi *Heteroskedastisitas* jika:

- a) Titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau disekitar 0
- b) Titik-titik data yang mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

---

<sup>40</sup> Ibid, 68

<sup>41</sup> Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180

- c) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- d) Penyebaran titik-titik data tidak terpola.
- e. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Normalitas dapat dilihat pada grafik *Norma Probability Plot* dengan bantuan SPSS 21. Model regresi yang baik seharusnya distribusi residunya normal atau mendekati normal.

## 6. Uji Korelasi

Analisis korelasi menggunakan teknik *Person Product Moment* untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara Variabel bebas (X) dengan Variabel terikat (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.<sup>42</sup> Adapun rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan:

r : Korelasi *Person Product Moment*

n : Jumlah sampel

x : Skor setiap pertanyaan/item

y : Skor total.<sup>43</sup>

<sup>42</sup> Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006),197

<sup>43</sup> Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 304

**Tabel 3.2**  
**Interpretasi nilai r Product Moment**

Besarnya “r” Product Moment	Interprestasi
0,00-0,19	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi, tapi sangat lemah.
0,20-0,39	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang lemah atau rendah.
0,40-0,79	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang sedang atau cukupan.
0,80-1,00	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang sangat kuat.

#### 7. Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berikut rumus regresi yang digunakan:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (kepuasan pelanggan)

a : Konstanta

x : Variabel bebas (kualitas produk)

b : Koefisien regresi

#### 8. Uji Hipotesis

Uji t 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

## 9. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.<sup>44</sup> Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (kualitas produk) dalam menjelaskan variabel terikat Y (kepuasan pelanggan). Kriteria pengujian  $R^2=0$ , artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

---

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