

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu mengadakan pengamatan langsung dengan obyek yang diteliti dan melakukan pengumpulan data yang ditemukan langsung di lapangan (Sugiyono, 2017, hlm. 15). Dalam penelitian ini, jenis penelitian tersebut digunakan untuk mengetahui responden dari pelanggan tentang Pengaruh Harga, Tempat dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Fotocopy Sentra Banjarmasin.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dari penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan variabel harga, tempat, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Pendekatan penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. (Sugiyono, 2017, hlm. 8)

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Toko Fotocopy Sentra yang beralamat di Jalan Brigjend H. Hasan Basri NO. 44 - RT. 41, Kelurahan Sungai Miai, Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan. Dengan memiliki lokasi usaha yang strategis diantara Sekolah, Universitas dan Perkantoran, Fotocopy Sentra memiliki target pasar atau prospek yang baik sehingga peluang untuk mendapatkan keuntungan dalam usaha ini semakin besar.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Siyoto & Sodik, 2015, hlm. 63). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli atau menggunakan pelayanan jasa percetakan Fotocopy Sentra di Banjarmasin, baik itu dari kalangan pelajar maupun masyarakat umum yang ada ditempat tersebut. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah tidak terhingga.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipercaya dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan (Siyoto & Sodik, 2015, hlm. 64). Untuk mendapatkan sampel yang dapat mewakili populasi maka metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode

non probability sampling, yang berarti teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Siyoto & Sodik, 2015, hlm. 66)

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Sampling Incidental*, yakni mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Siyoto & Sodik, 2015, hlm. 66). Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Fotocopy Sentra yang melakukan pembelian minimal dua kali. Untuk menentukan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka dalam penentu sampel digunakan rumus *Cochran*, sebagai berikut :

$$\text{Dimana :} \quad n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%

p = Peluang benar 50%

q = Peluang salah 50%

Moe = Margin error atau tingkat kesalahan maks yang dapat ditolerir.

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat *error* maksimum sebesar 10%. Jadi jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96^2)(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Jadi, sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan nilai kesalahan sebesar 10%. Dengan demikian, digunakan 100 orang sebagai responden yang akan mewakili populasi. Adapun pertimbangan lainnya ialah responden yang pernah membeli atau menggunakan jasa di Fotocopy Sentra yang melakukan pembelian minimal dua kali.

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah catatan keterangan segala fakta dan angka yang dikumpulkan yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi sebagai dukungan penelitian (Asnawi & Masyhuri, 2011, hlm. 153). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berasal dari kumpulan hasil jawaban kuesioner para responden. Data yang diteliti pada penelitian ini yang pertama adalah data yang meliputi identitas responden yaitu nama, jenis kelamin, umur, pekerjaan dan lain lain. Kedua yaitu data mengenai karakteristik responden dan persepsi responden terhadap variabel penelitian yang diperoleh melalui instrumen pengumpulan data yang berbentuk kuesioner atau angket. Data yang diperlukan disini mengenai pengaruh harga, tempat dan kualitas pelayanan secara parsial, simultan dan yang paling dominan bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra dalam jasa yang ditawarkannya.

2. Sumber Data

Sumber data penelitian adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh dan yang memiliki informasi yang jelas tentang cara memperoleh data dan bagaimana data tersebut diolah. Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto, 2013, hlm. 172)

Sedangkan untuk memperoleh sumber data dalam penelitian ini adalah Data Primer dan Data Sekunder.

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya (Siyoto & Sodik, 2015, hlm. 67). Dalam penelitian ini penulis memperoleh data dari para responden. Responden menurut KBBI adalah menjawab atas pertanyaan yang diajukan untuk kepentingan penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen Fotocopy Sentra yang pernah melakukan minimal dua kali pembelian, yang dapat memberikan informasi dan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan penelitian yang penulis lakukan, sehingga data penelitian ini menjadi lengkap.
- b. Data Sekunder, yaitu data terkait hal-hal lain berhubungan dengan penelitian secara tidak langsung dan dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada yang berfungsi untuk melengkapi data primer (Siyoto & Sodik, 2015, hlm. 68). Dalam penelitian ini yang termasuk data sekunder adalah data yang didapat dari buku – buku tentang manajemen pemasaran jasa, manajemen pemasaran,

pengantar ilmu ekonomi, strategi pemasaran, perilaku konsumen, kewirausahaan, metode penelitian kuantitatif, SPSS dan jurnal – jurnal penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu objek pengamatan penelitian atau sering juga disebut sebagai faktor yang berperan dalam penelitian atau gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independen Variabel*), merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel “X”. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas adalah harga (X_1), tempat (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3).
2. Variabel Terikat (*Dependen Variabel*), merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan “Y”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y) (Siyoto & Sodik, 2015, hlm. 52)

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket atau Kuesioner

Angket (kuesioner) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden langsung (Siyoto & Sodik, 2015, hlm. 76). Respon mempunyai kebebasan untuk memberikan jawaban atau respon sesuai dengan persepsinya. Dalam penelitian ini metode ini digunakan untuk memperoleh data awal mengenai kepuasan konsumen.

Angket atau kuesioner dalam hal ini diberikan kepada semua konsumen Fotocopy Sentra untuk mengetahui tanggapan responden terhadap informasi dari variabel Harga, Tempat dan Kualitas Pelayanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Metode angket dalam penelitian ini menggunakan teknik angket tertutup berupa selebaran yang dibagikan langsung kepada konsumen atau pelanggan Fotocopy Sentra dengan memberikan tanda centang (\surd) pada kolom yang sesuai dengan keadaan, pendapat dan keyakinan responden. Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran “skala likert”.

Skala likert adalah skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju” yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai objek stimulus. Dalam pengukurannya, setiap responden

diminta pendapatnya mengenai suatu pernyataan, dengan skala penilaian sebagai berikut :

- SS : Sangat Setuju diberi nilai 5
- S : Setuju diberi nilai 4
- KS : Kurang Setuju diberi nilai 3
- TS : Tidak Setuju diberi nilai 2
- STS : Sangat Tidak Setuju diberi nilai 1

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan (Sugiyono, 2018, hlm. 93)

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data sekunder yang disimpan dalam bentuk dokumen atau file (catatan konvensional maupun elektronik), buku, tulisan, laporan, majalah, surat kabar, dan lain sebagainya. Metode pengumpulan data dokumentasi digunakan dalam rangka memenuhi data atau informasi yang diperlukan untuk kepentingan variabel penelitian yang telah didesain sebelumnya (Suharso, 2009, hlm. 104). Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan sebagai bukti untuk memperkuat data penelitian dalam penelitian ini.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama (Siregar, 2017, hlm. 46). Adapun alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Indikator tersebut berisi butir-butir pernyataan yang diberi jawaban oleh responden.

Untuk kisi - kisi kuesioner mengenai masing-masing variabel yang digunakan dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

1. Kisi – kisi kuesioner Harga

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel harga adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat (Tjiptono & Chandra, 2016, hlm. 78)

Tabel 3. 1 Kisi – kisi kuesioner Harga

No.	Indikator	No. Butir	Jumlah
1.	Keterjangkauan harga	1, 2	2
2.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3, 4	2
3.	Harga sesuai kemampuan/daya saing harga	5, 6	2
4.	Kesesuaian harga dengan manfaat	7, 8	2

2. Kisi – kisi kuesioner Tempat

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tempat adalah strategis, kelancaran akses, visitabilitas, kenyamanan lingkungan, tersedianya fasilitas umum seperti: parkir, toilet, dll (Tjiptono, 2015, hlm. 159).

Tabel 3. 2. Kisi – kisi kuesioner Tempat

No.	Indikator	No. Butir	Jumlah
1.	Strategis	9	1
2.	Kelancaran akses	10, 14	2
3.	Visitabilitas	11, 12, 13	3
4.	Tersedianya fasilitas umum seperti: parkir dan toilet	15, 16	2
5.	Kenyamanan Lingkungan	17, 18	2

3. Kisi – kisi kuesioner Kualitas Pelayanan

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan adalah Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiviness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*), dan Bukti Fisik (*Tangible*) (Tjiptono, 2015, hlm. 148–149).

Tabel 3. 3 Kisi – kisi kuesioner Pelayanan

No.	Indikator	No. Butir	Jumlah
1.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	19, 20, 21	3
2.	Daya tanggap (<i>Responsiviness</i>)	22, 23	2
3.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	24, 25	2
4.	Empati (<i>Emphaty</i>)	26, 27	2
5.	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	28, 29, 30, 31	4

4. Kisi – kisi kuesioner Kepuasan Konsumen

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kepuasan Konsumen adalah Kepuasan konsumen, *expectation* (harapan, kebutuhan, dan keinginan konsumen), minat berkunjung kembali, kesediaan untuk merekomendasikan (Tjiptono, 2015, hlm. 180)

Tabel 3. 4 Kisi – kisi kuesioner kepuasan konsumen

No.	Indikator	No. Butir	Jumlah
1.	Kepuasan konsumen	32, 33, 34	3
2.	<i>Expectation</i> (harapan, kebutuhan, dan keinginan konsumen)	35, 36	2
3.	Minat berkunjung kembali	37	1
4.	Kesediaan untuk merekomendasikan	38	1

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas biasanya dipergunakan untuk mengukur valid atau sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016, hlm. 52)

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur tingkat konsistensi dan stabilitas dari data berupa skor hasil dari persepsi responden terhadap variabel bebas maupun variabel terikat. Dengan demikian reliabilitas meliputi stabilitas ukuran dan konsistensi internal ukuran. Stabilitas ukuran menunjukkan kemampuan sebuah ukuran untuk tetap stabil atau tidak rentan terhadap perubahan situasi apapun (Sunyoto, 2012, hlm. 35). Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari responden konsisten dan kriteria pengambilan keputusan untuk uji reliabel ini adalah sebagai berikut :

- 1) Dinyatakan reliabel atau konsisten jika nilai *Croanbach Alpha* $> 0,60$
- 2) Dinyatakan tidak reliabel Jika nilai *Croanbach Alpha* $< 0,60$
(Darmawan & Latifah, 2016, hlm. 180)

2. Uji Asumsi Klasik

Uji ini dilakukan untuk mengetahui bahwa data yang diolah adalah sah (tidak terdapat penyimpangan) serta distribusi normal, maka data tersebut akan diuji melalui uji asumsi klasik, sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Sunyoto, 2012, hlm. 119). Dalam penelitian ini uji normalitas

yang digunakan adalah Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov dengan alat statistik SPSS 23. Kriteria pengambilan keputusan untuk uji normalitas kolmogorov smirnov ini adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Sig. > 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal
- 2) Sebaliknya, Jika nilai Sig. < 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal (Sunyoto, 2012, hlm. 121).

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji untuk mengetahui apakah antara variabel *independent* yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna. Uji multikolinieritas akan mengukur tingkat keeratan hubungan atau pengaruh antar variabel bebas dalam penelitian ini (Harga - X₁, Tempat - X₂, dan Kualitas Pelayanan - X₃) melalui besaran koefisien korelasi (r) (Sunyoto, 2012, hlm. 131).

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari *Varians Inflation Factor* (VIF) dan *Tolarace* (Ghozali, 2016, hlm. 103). Adapun ketentuan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam regresi adalah sebagai berikut:

- 1) *Tolerance* < 0,10 dan VIF > 10 = Terjadi Multikolinieritas
- 2) *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10 = Tidak terjadi Multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi lainnya. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama / berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas (Sunyoto, 2012, hlm. 135). Dalam uji heteroskedastisitas, cara yang paling sering digunakan dalam menentukan apakah suatu model terbebas dari masalah heteroskedastisitas atau tidak yaitu hanya dengan melihat pada Scatter Plot. Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas : (Ghozali, 2016, hlm. 105).

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi adalah analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengukuran pengaruh ini melibatkan satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), yang dinamakan analisis regresi linear sederhana dengan rumus $Y = a + bX$. Nilai a adalah konstanta dan nilai b adalah koefisien regresi untuk variabel X (Sunyoto, 2012, hlm. 83)

Dalam penelitian ini yang akan dianalisis dari variabel independen yaitu harga, tempat, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

X₁ = Harga

X₂ = Tempat

X₃ = Kualitas Pelayanan

e = Variabel error (diluar penelitian)

Untuk menentukan persamaan linear tersebut penulis menggunakan Microsoft Excel untuk mengolah dan mengelompokkan data para responden kemudian data tersebut dianalisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat statistik SPSS

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. semakin tinggi nilai koefisien determinasi (R^2) berarti semakin tinggi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel dependen (Mulyono, 2018, hlm. 111–113)

b. Uji T

Uji T adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara individu berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Uji statistik t, pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel (Mulyono, 2018, hlm. 113). Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji parsial (uji T) ini dengan melihat nilai signifikansi dan nilai t hitung sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Sig < 0,05 maka ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y dan jika nilai t hitung > t tabel maka ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai Sig > 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y dan jika nilai t hitung < t tabel maka tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

c. Uji F

Uji F adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Mulyono, 2018, hlm. 113).