

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif (explanatory research). Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Lebih lanjut, Sugiyono menjelaskan bahwa penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih.¹ Berdasarkan pengertian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menguji hipotesis secara empiris melalui analisis statistik. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan jamaah aktual PT Avicenna Tibah Wisata (Avicenna Taibah Wisata) yang telah menggunakan jasa perjalanan umrah dalam kurun waktu tiga

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019). Hlm.13

tahun terakhir (2023–2025), sehingga responden benar-benar memiliki pengalaman langsung terhadap layanan yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan desain cross-sectional, yaitu pengumpulan data dilakukan dalam satu periode waktu tertentu tanpa pengamatan berulang. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan antara variabel independen dan variabel dependen.

Dengan demikian, desain penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menguji secara statistik pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Avicenna Tibah Wisata.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Senada dengan itu, Nanang Martono menyatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan permasalahan penelitian.

Berdasarkan definisi tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jamaah yang telah menggunakan jasa perjalanan umrah PT Avicenna Taibah Wisata dalam kurun waktu tiga tahun terakhir, yaitu tahun 2023–2025. Penetapan populasi didasarkan pada data manifes jamaah sebagai berikut:

- a. Tahun 2023: 123 jamaah
- b. Tahun 2024: 90 jamaah
- c. Tahun 2025: 261 jamaah

Sehingga total populasi selama tiga tahun terakhir adalah:

$N = 474$ jamaah

Populasi ini dipilih karena jamaah yang telah berangkat umrah merupakan responden aktual yang memiliki pengalaman langsung terhadap kualitas pelayanan dan harga yang ditetapkan perusahaan, sehingga mampu memberikan penilaian yang objektif terkait kepuasan yang dirasakan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini lebih dari 100 orang, maka diperlukan teknik penentuan sampel agar penelitian lebih efisien namun tetap representatif.

Untuk menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan rumus Slovin, yang digunakan apabila jumlah populasi telah diketahui secara pasti.

Rumus Slovin:²

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

² Sugiyono. Hlm. 13

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (error tolerance)

Dengan:

$N = 474$

$e = 10\% (0,1)$

$$n = \frac{474}{1 + 474 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{474}{1 + 474 (0,01)}$$

$$n = \frac{474}{1 + 4,74}$$

$$n = \frac{474}{5,74}$$

$$n = 82,5$$

Maka jumlah sampel minimal adalah 83 responden. Untuk meningkatkan representativitas data serta mengantisipasi kemungkinan data tidak valid atau tidak lengkap, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 85–90 responden.

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan probability sampling dengan metode simple random sampling. Menurut Sugiyono, simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel dari

populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.

Teknik ini dipilih karena seluruh jamaah dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden, serta memiliki karakteristik yang relatif homogen, yaitu sama-sama telah menggunakan jasa perjalanan umrah PT Avicenna Taibah Wisata.

4. Kriteria Responden

Untuk memastikan bahwa responden benar-benar relevan dan aktual, maka ditetapkan kriteria sebagai berikut:

1. Responden merupakan jamaah yang telah berangkat umrah melalui PT Avicenna Taibah Wisata dalam periode 2023–2025.
2. Responden berusia minimal 17 tahun atau telah dianggap mampu memberikan penilaian secara mandiri.
3. Responden bersedia mengisi kuesioner secara sukarela.

Adapun jamaah yang menggunakan jasa lebih dari satu kali tidak dibedakan perlakuannya dengan jamaah yang baru satu kali berangkat. Hal ini karena variabel yang diukur adalah persepsi terhadap kualitas pelayanan dan harga berdasarkan pengalaman penggunaan jasa. Namun demikian, pengalaman berulang tetap dianggap memperkaya penilaian responden.

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam mengukur variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2019), instrumen penelitian dalam metode kuantitatif

digunakan untuk mengukur fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, sehingga menghasilkan data yang dapat dianalisis secara statistik.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, yaitu seperangkat pernyataan tertulis yang telah disediakan alternatif jawabannya. Kuesioner disusun berdasarkan indikator teoritis dari masing-masing variabel, yaitu kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen.

1. Skala Pengukuran

Skala yang digunakan adalah Skala Likert 4 poin, dengan pertimbangan untuk menghindari pilihan netral sehingga responden memberikan jawaban yang lebih tegas terhadap setiap pernyataan.

Kategori penilaian adalah sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS): 4
2. Setuju (S): 3
3. Tidak Setuju (TS): 2
4. Sangat Tidak Setuju (STS): 1

Skala ini digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan persepsi kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan.

2. Operasionalisasi Variabel

Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator teoritis sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Berdasarkan model SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry), indikator yang digunakan meliputi:

Tabel 3.1 Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Dimensi	Indikator Pengukuran
<i>Tangibles</i>	Kondisi fasilitas kantor, kelengkapan administrasi, penampilan staf
<i>Reliability</i>	Ketepatan jadwal, kesesuaian layanan dengan janji
<i>Responsiveness</i>	Kecepatan dan kesigapan dalam melayani
<i>Assurance</i>	Kompetensi dan kemampuan memberikan rasa aman
<i>Empathy</i>	Perhatian dan kepedulian terhadap kebutuhan jamaah

b. Variabel Harga (X_2)

Indikator harga disusun berdasarkan teori persepsi harga dan nilai yang dirasakan, meliputi:

Tabel 3.2 Variabel Harga (X_2)

Dimensi	Indikator Pengukuran
Keterjangkauan	Harga sesuai dengan kemampuan finansial
Kesesuaian dengan manfaat	Harga sebanding dengan fasilitas dan layanan
Daya saing	Harga kompetitif dibanding travel lain
Keadilan & Transparansi	Tidak ada biaya tersembunyi
Stabilitas	Harga konsisten dan tidak berubah sepihak

c. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Indikator kepuasan disusun berdasarkan teori kepuasan konsumen (Kotler, Tjiptono), meliputi:

Tabel 3.3 Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Dimensi	Indikator Pengukuran
Kesesuaian harapan	Layanan sesuai ekspektasi
Kenyamanan	Merasa nyaman selama proses pelayanan
Minat menggunakan kembali	Niat kembali menggunakan jasa
Rekomendasi	Bersedia merekomendasikan kepada orang lain
Minimnya keluhan	Tidak memiliki keluhan signifikan

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data harus sistematis, terstruktur, dan mampu menghasilkan data yang dapat dianalisis secara statistik.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Teknik utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2019), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner dalam penelitian ini bersifat tertutup, di mana responden memilih jawaban berdasarkan skala Likert 4 poin. Instrumen disusun

berdasarkan indikator teoritis pada variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen.

- a. Kuesioner diberikan kepada responden yang memenuhi kriteria sebagai berikut:
- b. Pernah menggunakan jasa perjalanan umrah PT Avicenna Taibah Wisata dalam periode 2023–2025.
- c. Berusia minimal 17 tahun atau dianggap mampu memberikan penilaian secara mandiri.
- d. Bersedia mengisi kuesioner secara sukarela.

Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung maupun melalui media daring (Google Form), dengan tetap memastikan bahwa responden adalah jamaah yang benar-benar tercatat dalam data manifes perusahaan. Hal ini dilakukan untuk menjamin bahwa data yang diperoleh berasal dari responden aktual yang memiliki pengalaman langsung terhadap layanan yang diteliti.

2. Dokumentasi

Selain kuesioner, penelitian ini juga menggunakan teknik dokumentasi. Menurut Arikunto, metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, dokumen, arsip, dan laporan yang relevan dengan penelitian.

Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk memperoleh:

- a. Data jumlah jamaah umrah tahun 2023–2025
- b. Data manifes keberangkatan jamaah
- c. Profil dan informasi umum perusahaan

Data dokumentasi tersebut digunakan untuk menentukan populasi penelitian serta mendukung analisis deskriptif.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan mengkaji berbagai literatur yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen.

- a. Studi kepustakaan bertujuan untuk:
- b. Memperkuat landasan teori
- c. Menyusun indikator penelitian
- d. Mendukung perumusan hipotesis

E. Uji Coba Alat Ukur

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana setiap item dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud secara akurat. Menurut Sugiyono, validitas menunjukkan tingkat ketepatan dan kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur.³

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel } (\alpha = 0,05)$, maka item dinyatakan valid.
- b. Jika $\text{Corrected Item–Total Correlation} > 0,30$, maka item dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

³ Sugiyono. Hlm. 13

Reabilitas merupakan instrumen untuk mengukur ketepatan, keterandalan, consistency, *stability*, atau *dependability* terhadap alat ukur yang digunakan. Suatu alat ukur dikatakan reabilitas atau dapat dipercaya jika alat ukur yang digunakan stabil, dapat diandalkan, dapat digunakan dalam peramalan.

Kriteria:

- a. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$ maka instrumen reliabel.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu berupa software SPSS (Statistical Package For Social Science) versi 22.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas merupakan keadaan dimana adanya terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Tujuan dari multikolineritas ini adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mengetahui adanya multikolineritas adalah dengan melihat nilai toleransinya dan nilai VIF (Variance Inflation Factor). Kriteria pengambilan keputusan dalam menentukan ada tidaknya multikolineritas adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai toleransi mendekati 1 atau nilai VIF disekitar angka 1, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah multikolineritas dalam model regresi.

2. Apabila koefisien korelasi antar variabel bebas $< 0,5$ maka dinyatakan tidak ada masalah dalam multikolineritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada penyimpangan asumsi regresi atau ketidaksamaan varian dari residual dalam sebuah pengamatan dari model regresi. Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari gejala atau gangguan asumsi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan pengujian Uji Glejser dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai Sig. $> 0,05$ maka variabel-variabel tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah nilai residualnya berdistribusi normal. Pengujian ini normal Kolmogorov-Smirnov dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1.) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal.
- 2.) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Teknik yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Analisis data

yang akan digunakan adalah dengan menggunakan software SPSS 22.

Rumus yang digunakan dalam analisis ini adalah:

$$Y = a + B_1 X_1 + B_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

B₁ = Koefisien regresi harga

B₂ = Koefisien regresi harga

X₁ = Variabel Kualitas Pelayanan

X₂ = Variabel Harga

2. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui berapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel (x) secara simultan terhadap variabel (Y).

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel (X) yang berpengaruh secara parsial terhadap variabel (Y). Untuk mengetahui hal tersebut ada dua dasar pengambilan keputusan yaitu dengan melihat nilai signifikansi dan membandingkan antara nilai hitung dengan nilai t tabel.

Nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 5% atau 0,05. Dan untuk menentukan nilai t tabel adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{\text{tabel}} = (2\alpha; n-k-1)$$

Keterangan:

α = tingkat signifikansi

n = jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen

Hipotesis dalam uji t pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Variabel independen harga (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen harga.

H_1 : Variabel independen harga (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel harga.

Harga pengujian uji t adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai t hitung dan t nilai tabel
 - a.) Apabila nilai t hitung $>$ t tabel maka H_0 diterima dan H_1 diterima.
 - b.) Apabila nilai t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Berdasarkan nilai signifikansi
 - a.) Jika nilai signifikansi $>$ 0,05 maka H_0 diterima.
 - b.) Jika nilai signifikansi $<$ 0,05 maka H_1 ditolak.
- c. Uji Simultan (Uji F)

Uji f ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel (X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel (Y). Apabila hasil pengujiannya signifikan, maka variabel (X) secara simultan berpengaruh pada variabel (Y), begitu juga sebaliknya. Tingkat signifikansi yang