

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan strategi penelitian asosiatif. Strategi asosiatif adalah suatu metoda dalam meneliti suatu objek yang tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (hubungan simetris, kasual, dan timbal balik). Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi adanya pengaruh kausal, yaitu pengaruh sebab akibat, antara variabel bebas Harga ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), dan Kepuasan Pelanggan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda kuantitatif, yaitu teknik pengumpulan data dan analisis data dengan mencari opini atau pendapat dari subyek yang diteliti (responden) dengan menggunakan kuesioner, yaitu untuk mengetahui pengaruh ada atau tidaknya serta seberapa besar pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti.

#### **3.2. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.2.1. Populasi penelitian**

Menurut Sugiyono (2011) pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penjelasan lebih lanjut mengenai populasi oleh Suharsimi Arikunto (2010:173) mengemukakan bahwa populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui.

### 3.2.2. Sampling dan sampel penelitian

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam pengambilan sampel pada sebuah penelitian harus representative yang artinya mampu mewakili dari jumlah populasi dalam sebuah penelitian. Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang pernah menggunakan Wifi id di Wifi id Corner. Peneliti akan menggunakan 100 responden. Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus moe sebagai berikut, dengan jumlah populasi berukuran besar dan tidak diketahui. (Arikunto, 2013:49)

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$= 96,04 = 96$$

#### Keterangan:

N = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penelitian sampel 95% maka Z = 1,96

Moe = Margin of error, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi ditentukan 10%.

Dari hasil perhitungan, sampel yang didapat yaitu sebesar 96 responden. Hal ini disebabkan semakin besar tingkat kesalahan maka akan semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan dan sebaliknya, maka kecil tingkat kesalahan, makin besar jumlah anggota sampel yang diperlukan sebagai sumber data (Sugiyono, 2016:24).

### 3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

#### 3.3.1. Metoda Pengumpulan data

##### 1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2014:200) yang menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang disajikan berupa kuesioner yang di berikan kepada konsumen *Wifi.id Corner*.

Metoda pengumpulan data berupa suatu perntaan tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian. Dalam penyusunan proposal ini penulis mengambil objek penelitian pada pelanggan *Wifi.id Corner* Telkom STO Juanda Bekasi yang bertempat Jalan Ir. H. Juanda No.104, Margahayu, Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi, Jawa Barat. Pengumpulan data dalam penelitian pelanggan *Wifi.id Corner* Telkom STO Juanda Bekasi menggunakan tigacara berikut merupakan uraian yang digunakan:

##### a. Observasi

Suatu metoda pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung, melihat dan mengambil suatu data yang dibutuhkan di tempat penelitian itu dilakukan. Observasi juga bisa diartikan sebagai proses yang kompleks, pengumpulan data yang dilakukan di *Wifi.id Corner* Telkom STO Juanda Bekasi.

##### b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka langsung dengan narasumber dengan cara tanya jawab langsung. Wawancara dilakukan dengan pelanggan *Wifi.id Corner* Telkom STO Juanda Bekasi yang berhubungan dengan data yang terkait.

c. Kuisisioner

Teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis dari pertanyaan kuisisioner

## 2. Data Sekunder

Pengertian dari data sekunder menurut Sugiyono (2014) adalah Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder antara lain disajikan dalam bentuk data-data, dokumen, tabel-tabel mengenai topik penelitian tentang profil perusahaan *Wifi.id*, dan data pengguna layanan internet *Wifi.id*di Indonesia. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan word of mouth terhadap keputusan pembelian. Data yang diperlukan:

a. Studi Pustaka

Pada tahap ini, peneliti berusaha untuk memeproleh berbagai informasi sebagai pedoman dalam mengolah data dengan cara membaca, mengutik, mempelajari dan mengumpulkan beberapa teori yang ada pada buku-buku, jurnal, makalah dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul yang diteliti.

b. Identitas Responden

c. Pengaruh presepsi harga terhadap keputusan pembelian

d. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

e. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian

### 3.3.2. Pengukuran variabel

Instrumen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner mengenai harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan keputusan pembelian dalam bentuk pernyataan tertulis kepada responden untuk

dijawabnya. Untuk menilai sikap dan persepsi responden, penelitian ini menggunakan skala *Likert* yang setiap jawaban dari kuisioner ini menghasilkan skor seperti yang terlihat dalam tabel dibawah ini.\

Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut ini adalah penjelasan 5 poin skala *Likert* (Sugiyono, 2014:21):

**Tabel 3.1** Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Sugiyono (2014)*

Variabel-variabel yang diukur dan dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator ini akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dan pernyataan dalam kuesioner.

#### 1.4. Operasionalisasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independen*), dan variabel terikat (*dependen*). Menurut Sugiyono (2016:39) variabel bebas (*independen*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*). Dalam penelitian ini variabel bebas (*independen*) yang digunakan yaitu harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan kepuasan pelanggan ( $X_3$ ).

Sedangkan variabel terikat (*dependen*) variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Pengertian variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (*dependen*) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

**Tabel 3.2** Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Sub-Indikator	No Item
<b>Harga (<math>X_1</math>)</b> Sumber : (kotler dan armstrong 2013:151)	Keterjangkauan Harga	a. Harga dapat dijangkau dengan pelanggan.	1
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	a. Harga yang di bayar sesuai kualitas produk	2
	Daya Saing Harga	a. Membandingkan harga dengan kualitas produk b.	3
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	a. Harga produk yang di beli sesuai manfaat	4
<b>Kualitas Pelayanan (<math>X_2</math>)</b> Zeithaml, Parasuraman dan Berry dalam (Hardiansyah, 2011:46)	Realibity Pembayaran uang tunai yang telah ditentukan oleh <i>Wifi.id</i>	a. <i>Wifi.id</i> memiliki standar pelayanan yang jelas	1
		b. Kecepatan pelayanan dalam melayani pelanggan	2
	Tangible	a. Kenyamanan fasilitas dan tempat <i>Wifi.id Corner</i> melakukan pelayanan	3
		b. Kemudahan akses pelanggan dalam melakukan pembelian	4
	Responsivess	a. Merespon semua keluhan pelanggan b. Melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, cermat dan waktu yang tepat	5 6
Assurance	a. Memberikan jaminan tepat waktu, kepastian biaya dan legalitas	7	

Variabel Penelitian	Indikator	Sub-Indikator	No Item
		dalam pelayanan	
	Emphaty	a. Mendahului kepentingan konsumen	8
		b. Melayani dengan sikap ramah, sopan, dan santun	9
<b>Kepuasan Pelanggan (<math>X_3</math>)</b> Kotler dalam (Suwardi 2011)	<i>Re-purchase</i>	a. Pelanggan akan kembali kepada perusahaan untuk membeli barang atau jasa tersebut	1
	<i>Word-of-Mouth</i>	a. Pelanggan akan mengatakan hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain	2
	Citra Merk	a. Pelanggan akan kurang memperhatikan merk dan iklan dari produk pesaing	3
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b> (Kotler 2012)	Kemampuan produk	a. Pelanggan akan memilih kualitas produk yang memberikan kemantapan untuk membeli produk yang dibutuhkan	1
	Kebiasaan dalam membeli produk	a. Pelanggan akan merasa tidak nyaman membeli produk lain	2
	Kecepatan dalam membeli produk	b. Pelanggan akan mengambil keputusan dengan cepat untuk membeli produk atau jasa tersebut	3

### 3.5. Metoda Analisis Data

Metoda yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:15) metoda kuantitatif adalah metoda yang berdasar filsafat positivisme bertujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang dibuat peneliti.

Penelitian kuantitatif memuat banyak angka-angka mulai dari pengumpulan, pengolahan, serta hasil yang didominasi angka.

### 3.5.1. Cara Pengolahan dan Penyajian Data

Data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan menggunakan software IBM SPSS Versi 26.00. Software SPSS digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat. Dimana dilakukan *editing* dan *coding*. *Editing* adalah tahapan pertama dalam pengolahan data yang diperoleh peneliti dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden serta ketidakpastian jawaban responden. *Coding* adalah memberikan atau tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat memudahkan peneliti mengenai tabulasi.

### 3.5.2. Uji Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Instrumen penelitian berupa pertanyaan yang di susun berdasarkan pada variabel dan indikatornya, dalam instrument ini responden dapat memberikan persepsi terhadap suatu pendapatan yang telah disebar oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2016:75) rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrument ini adalah korelasi *Pearson Product Moment*, yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi.

n = Banyaknya sampel (responden).

X = Sktor butir yang diperoleh subyek dari seluruh item.



$Y$  = Sktor total butir yang diperoleh dari seluruh item.

Dengan demikian berdasarkan dari hasil dari  $r$  dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel dengan derajat bebas  $(n-2)$ . Jika nilai  $r_{hitung} > r_{kritis}(0,30)$ , yang berarti pertanyaan dikatakan valid atau akurat. Uji validitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *Statistical product and service solution* (SPSS).

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen yang baik tidak bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kalipun diambil, tetapi akan sama (Sunyoto, 2016:70). Pengujian reabilitas instrument dilakukan dengan interal consistency dengan menggunakan *Crombach's Alpha* (Sugianto, 2016:90).

### 3.5.3. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis  $R^2$  (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0-1). Jika nilai  $R^2$  mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variabel variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika  $R^2$  mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel independen menerangkan variabel dependen. (Priyatno, 2014:125) Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel independent terhadap variabel dependent dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

1. Determinasi parsial antara  $X_1$  terhadap  $Y$  ( $X_2, X_3$  konstan)

$$KDY_{1.23} = r_{YX_{1.23}}^2 \times 100\%$$

2. Determinasi parsial antara  $X_2$  terhadap  $Y$  ( $X_1, X_3$  konstan)

$$KDY_{2.13} = r_{YX_{2.13}}^2 \times 100\%$$

3. Determinasi parsial antara  $X_3$  terhadap  $Y$  ( $X_1, X_2$  konstan)

$$KDY_{2.12} = r_{YX_{3.12}}^2 \times 100\%$$

4. Determinasi berganda antara  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Y$

$$KDY_{123} = r_{Y123}^2 \times 100\%$$

### 3.5.4. Penguji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dan berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Uji Parsial

- a) Harga ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian

$H_0: \rho_{Y1.23} = 0$  (secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian).

$H_a: \rho_{Y1.23} \neq 0$  (secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian).

- b) Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian

$H_0: \rho_{Y2.13} = 0$  (secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian).

$H_a: \rho_{Y2.13} \neq 0$  (secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian).

- c) Kepuasan Pelanggan ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian

$H_0: \rho_{y_{3.12}} = 0$  (secara parsial kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian).

$H_a: \rho_{y_{3.12}} \neq 0$  (secara parsial kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian).

Untuk membuat kesimpulan, ini *significancet* dibandingkan dengan tarif nyata  $\alpha$  (5%) dengan kriteria:

$H_0$  ditolak, jika  $\text{significance } t < \alpha$ , dan  $H_a$  di terima

$H_0$  ditolak, jika  $\text{significance } t \geq \alpha$ , dan  $H_a$  di tolak

## 2. Uji Simultan

$H_0: \rho_{y_{123}} = 0$  secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan antara harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian.

$H_a: \rho_{y_{123}} \neq 0$  secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian.

$H_0$  ditolak, jika  $\text{significance } F < \alpha$ , dan  $H_a$  diterima

$H_0$  diterima, jika  $\text{significance } F \geq \alpha$ , dan  $H_a$  ditolak

Jika hasil pengujian hipotesis baik secara parsial maupun simultan menyimpulkan simultan menyimpulkan  $H_0$  di tolak sehingga  $H_a$  diterima, berarti nilai KD (koefisien determinasi) dapat di pakai untuk menjelaskan pengaruh dari variabel independent (bebas) terhadap variabel dependen (terikat).