

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Strategi pada jenis penelitian ini dasarnya menggunakan pendekatan verifikatif. Menurut Sugiyono (2016:18), Strategi pendekatan ini berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan-permasalahan beserta pemecahannya yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) atau penilaian dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan. Strategi penelitian dilakukan terhadap sampel dan populasi tertentu dengan bertujuan menguji hipotesis yang diduga berpengaruh secara signifikan. Berdasarkan pengertian diatas, dapat dijelaskan alasan memilih strategi metode verifikatif karena bertujuan untuk menggambarkan benar atau tidaknya fakta-fakta yang diduga, serta menjelaskan tentang pengaruh antar variabel yang diteliti dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasi data dalam pengujiannya.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi penelitian

Objek penelitian ilmiah ini adalah Kartu perdana simpati yang diproduksi PT. Telekomunikasi Indonesia, memiliki kartu perdana yang berkualitas dan siap memenuhi kebutuhan konsumen yang menggunakannya. Kartu perdana Simpati adalah salah satu kartu perdana yang dimiliki Telkomsel yang menggunakan jaringan GSM (*Global System Mobile Communication*). Berdiri Pada tahun 1993 PT Telkom mulai merambah teknologi nirkabel GSM, di tahun selanjutnya, pada 1994 PT Satelit Palapa Indonesia operator jaringan GSM pertama di Indonesia yang mengeluarkan kartu SIM Simpati.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:80). Sasaran populasi dalam penelitian ini ialah mahasiswa Universitas Bhayangkara Bekasi angkatan 2015 yang menggunakan kartu perdana simpati dan bersedia untuk mengisi kuesioner yang dibagikan oleh peneliti.

3.2.2 Sampel penelitian

Sampel merupakan subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi. Untuk menentukan minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui, digunakan rumus Slovin (Umar, 2003) sebagai berikut:

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

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir

Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Bhayangkara Bekasi Fakultas ekonomi jurusan manajemen tahun angkatan 2016 data yang didapat dari pihak kampus yang terkait jumlah mahasiswanya sebanyak 244 yang masih aktif. Dengan rumus slovin maka didapat hasil sebagai berikut :

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

$$n = \frac{244}{1+244(0,05)^2}$$

$$n = 151,552 \text{ di bulatkan menjadi } 152$$

Maka penulis akan mengambil jumlah responden sebanyak 152 responden.

Dari 152 kuisisioner yang penulis sebar sebanyak 152 kembali ke responden.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ilmiah ini, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari objek penelitian yang diteliti. Data primer dapat diperoleh dari individu maupun kelompok, hasil observasi dari suatu objek atau subjek penelitian berupa kejadian, kegiatan, dan hasil pengujian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada dengan mempelajari berbagai tulisan, seperti buku, jurnal, maupun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penulisan ilmiah ini dimaksudkan untuk melengkapi data dari berbagai sumber.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel tersebut dibedakan sebagai berikut :

Variabel bebas (X) atau *independent variable* yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya variabel terikat (*dependent variabel*). Berikut adalah variabel bebas dalam penulisan ilmiah ini adalah

- a. Merek (X1)
- b. Harga (X2)
- c. Promosi (X3)

Variabel terikat (Y) atau *dependent variable* yaitu variabel yang dipengaruhi akibat karena adanya variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat dalam penulisan ilmiah ini adalah kepuasan pembelian (Y).

3.3.2. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2016: 310), Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi dilakukan untuk melihat langsung kondisi di lapangan yang digunakan untuk menentukan pendahuluan dalam penelitian.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:317), Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

3. Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono (2016:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner dilakukan untuk memperoleh informasi yang relevan untuk penelitian ini. Dalam penelitian ini kuisisioner disebar untuk kemudian diisi oleh 152 responden dengan butir-butir pertanyaan dengan setiap butir pertanyaan meliputi variable merek, dan promosi.

Tabel 3.1
Skala Likert

Pilihan jawaban	Bobot skor
Sangat setuju	4
Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono (2016:204)

4. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini mengumpulkan teori dan konsep dasar yang berpengaruh dalam masalah yang diteliti. Teori dan konsep dasar tersebut diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal dan bahan bacaan yang relevan.

3.4 Operasionalisasi Variabel

3.4.1. Definisi Operasional Variabel

Sekaran dan Bougie (2013:115) mengemukakan bahwa variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda.

Operasionalisasi Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:223). Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel bebas (Independent Variable) Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Merek, Harga, Promosi terhadap kepuasan pelanggan.
2. Variabel terikat (Dependent Variable) Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

Menyatakan bahwa terdapat 4 variabel yang di operasonalisasi yaitu merek (X_1), harga (X_2), promosi (X_3) dan kepuasan pelanggan (Y).

a. Merek

Merek dalam penelitian ini adalah persepsi pelanggan terhadap merek yang di tawarkan ke pelanggan dalam pembelian kartu perdana simpati pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Bekasi angkatan 2015.

b. Harga

Harga dalam penelitian ini adalah persepsi pelanggan terhadap biaya-biaya yang di keluarkan oleh pelanggan dalam pembelian kartu perdana simpati pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Bekasi angkatan 2015.

c. Promosi

Promosi dalam penelitian ini adalah persepsi pelanggan terhadap promosi yang di tawarkan dalam pembelian kartu perdana simpati pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Bekasi angkatan 2015.

d. Kepuasan pembelian

Kepuasan pembelian dalam penelitian ini adalah sikap positif seorang pelanggan terhadap suatu produk, pelanggan memiliki keinginan yang kuat untuk membeli ulang produk yang sama pada saat sekarang maupun mendatang.

Variabel-variabel yang di ukur dan di jelaskan dalam beberapa indikator dan masing masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator ini akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam kusioner. Indikator-indikator yang digunakan penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

3.4.2. Tabel Operasional Variabel

Tabel dibawah ini memberikan gambaran mengenai variabel, indikator pada masing-masing variabel penelitian.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Indikator
1.	Merek (X ₁) Sumber : Kotler dan Keller (2012:347)	a. keunggulan asosiasi merek b. kekuatan asosiasi merek c. keunikan asosiasi merek

No.	Variabel	Indikator
2.	Harga (X ₂) Sumber : Kotler dan Amstrong terjemahan Sabran (2012:52)	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat
3.	Promosi (X ₃) Sumber : Kotler & Keller, 2016.	a. Periklanan (<i>Advertising</i>) b. Penjualan Tatap Muka (Personal Selling) c. Publisitas (<i>Publidity</i>) d. Promosi Penjualan (<i>Sales promotion</i>)
4.	Kepuasan pembelian (Y) Sumber : Tjiptono (2014)	a. Kesesuaian Harapan b. Kesesuaian Minat Berkunjung Kembali c. Kesiediaan Merekomendasi

Dari data operasional variabel yang digunakan pada tabel di atas, untuk penentuan pengukuran dari masing-masing item variabel menggunakan skala likert jawaban dari masing-masing item instrument akan diberikan skala 1 sampai 4. Untuk skor “4 = Sangat setuju (SS)”, “3 = Setuju (ST)”, “2 = Tidak setuju (TS)”, “1 = Sangat Tidak Setuju (STS)”.

3.5. Uji Instrumen Penelitian

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji ketepatan dan kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Valid artinya data-data yang diperoleh melalui kuesioner dapat menjawab tujuan penelitian ini. Instrument penelitian berupa pernyataan yang disusun berdasarkan pada variabel dan indikatornya, dalam responden ini dapat memberikan persepsi terhadap suatu pernyataan yang telah disebar oleh peneliti. Sugiyono (2016:75) bahwa rumus yang di gunakan 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 = Skor butir yang diperoleh subyek dari seluruh item
- Y = Skor total butir yang diperoleh dari seluruh item

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

3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji mengumpulkan data apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk pengumpulan variable penelitian reliable atau tidak. Kuisisioner dikatakan reliable jika kuesioner tersebut jika dilakukan pengukuran ulang hasilnya akan tetap stabil atau konsisten. Uji Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat di percaya untuk digunakan sebagai alat kumpul data Karen instrument tersebut sudah baik (Sunyoto, 2016:70). Mengatakan bahwa instrument yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu, apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kalipun di ambil, tetap akan sama (Sunyoto, 2016:70). Menurut Sugianto (2016:90). Menjelaskan bahwa pengujian reabilitas instrument dilakukan dengan internal consistency dengan menggunakan *Crombach's Alpha*. Instrument penelitian dapat dikatakan reliable apabila reliabilitas instrument sebesar 0,6 atau lebih, karena itu data reliabilitas dalam penelitian ini berdasarkan nilai *Crombach's Alpha*.

3.6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Latan (2014), regresi linear berganda (*multiple linear regression*) merupakan perluasan dari regresi linear sederhana sebelumnya dimana terdapat satu respon variabel (dependen) dengan lebih dari satu variabel. Dengan kata lain, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variable bebas (X) terhadap variable terikat (Y)

Rumusnya :

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3 + e$$

Keterangan:

Y	= Kepuasan Pembelian
X1	= Merek
X2	= Harga
X3	= Promosi
a	= Konstanta
b	= Koefisien regresi
e	= Pengganggu (<i>error</i>)

3.7 Metode Analisis Data

3.6.1. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2016:55). Mengatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam Menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Guna mengukur besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara

parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus :

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

$$KD_{Y1.23} = r_{YX1.23}^2 \times 100\%$$
2. Determinasi parsial antara X_2 terhadap Y (X_1, X_3 konstan)

$$KD_{Y2.13} = r_{YX2.13}^2 \times 100\%$$
3. Determinasi parsial antara X_3 terhadap Y (X_1, X_2 konstan)

$$KD_{Y3.12} = r_{YX3.12}^2 \times 100\%$$
4. Determinasi berganda antara X_1, X_2 dan X_3 terhadap Y

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

3.5.3. Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis secara statistic tidak ada pengujian hipotesis terhadap KD. Oleh karena itu, dalam hal ini dilakukan pengujian hipotesis terhadap koefisien korelasi (ρ) yang merupakan unsur utama pembentuk KD.

1. Pengujian parsial
 - a. Merek (X_1) terhadap kepuasan pembelian (Y)
 $H_0 : \rho_{y1.23} = 0$ (secara parsial merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian).

 $H_a : \rho_{y1.23} \neq 0$ (secara parsial merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian).
 - b. Harga (X_2) terhadap kepuasan pembelian (Y)
 $H_0 : \rho_{y2.13} = 0$ (secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian).

 $H_a : \rho_{y2.13} \neq 0$ (secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian).
 - c. Promosi (X_3) terhadap kepuasan pembelian (Y)
 $H_0 : \rho_{y3.12} = 0$ (secara parsial promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian).

 $H_a : \rho_{y3.12} \neq 0$ (secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian).

Untuk membuat kesimpulan, nilai *significance t* dibandingkan dengan taraf nyata α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria :

H_0 ditolak, jika *significance t* $< \alpha$, dan H_a diterima

H_0 ditolak, jika *significance t* $\geq \alpha$, dan H_a ditolak

2. Pengujian hipotesis secara simultan

$H_0 : \rho_{y123} = 0$ secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan antara merek, harga, promosi terhadap kepuasan pembelian

$H_a : \rho_{y123} \neq 0$ secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara merek, harga, promosi terhadap kepuasan pembelian.

H_0 ditolak, jika *significance F* $< \alpha$, dan H_a diterima

H_0 diterima, jika *significance F* $\geq \alpha$, dan H_a ditolak

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