

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi pada penelitian menggunakan strategi asosiatif. Strategi penelitian asosiatif dipilih karena bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh variable bebas yaitu pengaruh harga (X1), variasi prosuk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel terkaitnya yaitu kepuasan kosumen (Y). Teknik penelitian ini adalah kuantitatif.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi menurut Sugiyono (2013: 117) adalah sebagai keseluruhan objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang dijadikan sasaran oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat ditarik kesimpulan . Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa *wedding organizer* Graha Hartika Bekasi dari bulan Juli – November 2020 sebanyak 50 pengguna jasa.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel menurut Sugiyono (2013: 118) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sedangkan Arikunto (2013: 174) mendefinisikan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang mewakili karakter populasi tersebut sehingga dapat menunjang penelitian.

Teknik non probability sampling digunakan oleh peneliti untuk pengambilan sampel pada penelitian ini, lebih tepatnya peneliti menggunakan teknik *sampling* jenuh. Menurut sugiyono (2013:118) *sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan responden dengan tujuan

meminimalisir tingkat kesalahan penelitian. Dengan demikian penelitian ini menggunakan sample sebanyak 50 pengguna jasa karena semua merupakan kosumen Graha Hartika *wedding organizer*.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, dicatat untuk pertama kalinya dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data primer ini didapat melalui kuesioner (daftar pernyataan) yang dibagikan dan diisi oleh reponden dengan menggunakan *google form* sesuai sampel yang telah dihitung dan disusun berdasarkan variabel yang telah ditentukan. Data primer dalam penelitian ini adalah data mengenai tanggapan responden terhadap variabel harga, variasi produk dan kualitas pelayanan serta data yang menunjukkan kepuasan konsumen yang dilakukan responden.

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2016:38) mendefinisikan pengertian variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini di bagi menjadi 2 variabel yaitu Variabel independen (variabel bebas) dan Variabel dependen (variabel terikat).

Operasional variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, satuan ukuran, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasional penelitian. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah terdapat 4 variabel yang di operasionalisasi yaitu pengaruh Harga (X1), variasi produk (X2), kualitas pelayanan (X3) dan kepuasan konsumen (Y).

3.4.1 Variabel Bebas (Independen)

Menurut Sugiyono (2016:39) variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi sebab adanya perubahan atau menimbulkan variabel terikat (dependen). Variabel independen (variabel bebas) dalam penelitian ini adalah Harga, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan.

3.4.2 Variabel Terikat (Dependen)

Menurut Sugiyono (2016:39) variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dikarenakan ada variabel bebas. Variabel dependen (variabel terikat) dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

Tabel 3.1. skala Likert untuk instrument penelitian.

Jawaban	Bobot/Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

Sumber : (Sugiyono, 2013)

Variabel yang diuraikan kedalam beberapa indikator dan setiap indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator dijadikan sebagai patokan dalam peneliti untuk menyusun item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner. Indikator yang digunakan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2. Indikator Harga (X₁)

Variabel penelitian	Indikator	Sub indikator	No. Item
Harga (X ₁) <i>Kotler dan Armstrong (2016)</i>	1. Keterjangkauan harga	1. Harga yang di tawarkan terjangkau dengan kemampuan daya / beli.	1-2
		2. Harga yang disesuaikan dengan kelas ekonomi konsumen	
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	1. Harga sesuai dengan fasilitas yang diterima kosumen.	3-4
		2. Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	
	3. Daya saing harga	Harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan wedding organizer lain.	5
	4. Kesesuaian harga dengan pelanggan	1. Harga sesuai dengan harapan kosumen.	6-7
		2. Harga diberikan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.	

Sumber: (Keller, 2016)

Tabel 3.3. Indikator Variasi Produk (X₂)

Variabel penelitian	Indikator	Sub indicator	No. Item
Variasi Produk (X ₂) <i>Kotler dan Armstrong (2012)</i>	1. Ukuran	1. Penilaian konsumen terhadap ukuran model dari produk yang ditawarkan.	8-9
		2. Penilaian konsumen terhadap ukuran fisik dari produk yang ditawarkan.	
	3. Harga	Penilaian konsumen terhadap Variasi Harga yang ditawarkan	10
	4. Tampilan	1. Penilaian konsumen terhadap daya tarik produk	11-12
		2. Penilaian konsumen terhadap Variasi desain yang ditawarkan	
	5. Ketersediaan Produk	1. Memiliki berbagai macam produk yang dibutuhkan konsumen.	13-14
		2. Memiliki berbagai macam fasilitas yang dibutuhkan konsumen.	

Sumber: (Keller, 2012)

Tabel 3.4. Indikator Kualitas Pelayanan (X₃)

Variabel penelitian	Indikator	Sub indicator	No. Item
Kualitas pelayanan (X ₃) Kotler (2016)	1. <i>Tangible</i> (berwujud)	1. Memiliki tempat yang strategis.	15-17
		2. Kelengkapan fasilitas yang diberikan sangat memadai.	
		3. Kebersihan dan penampilan karyawan dapat dinilai sangat baik.	
	2. <i>Realiability</i> (kehandalan)	1. Menjamin kenyamanan pelanggan.	18-19
		2. Tingkat Kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan.	
	3. <i>Responsiviness</i> (ketanggapan)	1. Melayani pelanggan dengan sigap.	20-21
		2. Karyawan cepat tanggap dengan penyampaian yang jelas.	
	4. <i>Assurance</i> (jaminan)	1. Tatakrama berperilaku karyawan dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.	22-23
		2. Tingkat jaminan pengetahuan karyawan	
	5. <i>Emphaty</i> (empati)	1. Tingkat Kepedulian karyawan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen.	24-25
		2. Memahami kebutuhan Kosumen	

Sumber: (Kotler, 2012)

Tabel 3.5. Indikator Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel penelitian	Indikator	Sub indicator	No. Item	
Kepuasan Konsumen (Y) <i>Hawkins dan Lonney (2014)</i>	1. Kesesuai Harapan	1. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.	26-27	
		2. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.		
	2. Minat berkunjung Kembali	1. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.	28-29	
		2. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai		
	3. Merekomendasikan		1. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.	30-31
			2. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.	

Sumber: (Tjiptono, 2014)

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Metode Pengelolaan Data

Setelah data kuesioner terkumpul maka data tersebut diubah menjadi data kuantitatif dengan mengubah bobot skor Untuk melihat sikap responden dalam merespon pertanyaan atau pernyataan dengan skala likert. Dalam penelitian ini pengolahan dan penyajian data dalam bentuk tabel dan hipotesis dengan aplikasi IBM SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016:173) Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Tinggi-rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana instrumen mempunyai validitas yang tinggi pula. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi atau r hitung dari variabel penelitian dengan nilai r kritis. Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r kritis maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r kritis, maka pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid.

Apabila nilai r_{hitung} sebesar 0,3 (r_{kritis}) ke atas, maka factor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016:173) Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu instrumen yang merupakan alat pengukuran konstruk atau variabel. Yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini diukur dengan menggunakan koefisien Cronbach alpha dari masing-masing item pertanyaan dalam satu variabel. Suatu instrumen dikatakan handal jika nilai Cronbach Alpha $>$ 0.60.

3.5.2. Cara Penyajian Data

Penyajian data pada penelitian ini berupa tabel dan menjelaskan hasil penelitian yang akan diuji seperti hasil perhitungan uji validitas dan reabilitas dan koefisien determinasi (parsial dan simultan)

3.5.3 Alat Analisis Statistik Data

Penelitian ini menggunakan koefisien determinasi untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas dan variabel terikat baik secara parsial maupun secara simultan

a. Koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika R² semakin besar, maka persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R² semakin kecil, maka persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah. Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (Independen) terhadap variabel terkait (dependen) secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus :

1) Koefisien Determinasi Parsial

- a) Pengaruh determinasi parsial X₁ (harga) terhadap Y(kepuasaan) dimana X₂, dan, X₃ konstan.

$$KD_{y1.23} = (r^2_{y1.23}) \times 100\%$$

- b) Pengaruh determinasi parsial X₂ (variasi produk) terhadap Y (kepuasaan kosumen) dimana X₁, dan, X₃konstan.

$$KD_{y2.13} = (r^2_{y2.13}) \times 100\%$$

- c) Pengaruh determinasi parsial X_3 (kualitas pelayanan) terhadap Y (kepuasaan konsumen) dimana X_1 , dan, X_2 konstan.

$$KD_{y3.12} = (r^2_{y3.12}) \times 100\%$$

2) Koefisien Determinasi Simultan

Pengaruh determinasi simultan harga (X_1), Variasi Produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan kosumen (Y).

b. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (dengan uji t) maupun secara bersama-sama dengan (uji F). Dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien determinasi (KD). Nilai koefisien determinasi merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi (r^2). Oleh karena itu, dalam pengajuan hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap ρ .

1. Pengujian hipotesis secara parsial

a. Merumuskan hipotesis

- 1) Pengaruh X_1 (Harga) terhadap Y (Kepuasan kosumen)

$H_0: \rho_{y1.23} = 0$ Koefisen korelasi populasi antara harga dengan kepuasan kosumen tidak signifikan.

$H_a: \rho_{y1.23} \neq 0$ Koefisen korelasi populasi antara harga dan kepuasan kosumen signifikan.

- 2) Pengaruh X_2 (Variasi Produk) terhadap Y (Kepuasaam Konsumen)

$H_0: \rho_{y2.13} = 0$ Koefisen korelasi populasi antara Variasi Produk dengan kepuasan kosumen tidak signifikan.

$H_a: \rho_{y2.13} \neq 0$ Koefisen kolerasi populasi antara Variasi Produk dengan kepuasan kosumen signifikan.

- 3) Pengaruh X_3 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Kepuasan Kosumenn)

$H_0: \rho_{y3.12} = 0$ Koefisen korelasi populasi antara kualitas peayanan dengan kepuasan kosumen tidak signifikan.

$H_a: \rho_{y_{3.12}} \neq 0$ Koefisien korelasi populasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen tidak signifikan.

b. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

c. Kriteria Pengujian

H_0 ditolak, jika signifikan $t < 0,05$

H_a diterima, jika signifikan $t \geq 0,05$

d. Menghitung nilai signifikan t diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS.

e. Kesimpulan

2. Pengujian hipotesis secara simultan

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara simultan:

a. Merumuskan hipotesis

1. Pengaruh X_1 (Harga), X_2 (variasi Produk) dan X_3 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Kepuasan Kosumen)

$H_0: \rho_{y_{123}} = 0$ Koefisien korelasi populasi antara Harga, Variasi Produk dan Kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen tidak signifikan.

$H_a: \rho_{y_{123}} \neq 0$ Koefisien korelasi populasi antara Harga, Variasi Produk dan Kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen signifikan.

b. . Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak, jika signifikan $F < 0,05$

H_a diterima, jika signifikan $F \geq 0,05$

d. Menghitung nilai signifikan F diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS.

e. Kesimpulan

Jika hasil pengujian hipotesis baik secara parsial maupun simultan. H_0 ditolak dengan kata lain koefisien korelasi populasi signifikan, berarti nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan adanya pengaruh perubahan variabel bebas tertentu (variabel bebas lain konstan) terhadap variabel terikat.