

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Karena pada penelitian ini menggambarkan suatu variabel, gejala atau keadaan yang diteliti secara apa adanya dan menggunakan data yang bersifat angka yang diperoleh dari angket atau kuesioner untuk mengetahui jawaban responden terkait hubungan antara variabel independen/bebas (X) terhadap variabel dependen/terikat (Y). Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah keputusan pembelian sedangkan variabel independennya kualitas pelayanan, kepercayaan, kemudahan dan harga.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

##### 3.2.1 Populasi Penelitian

Sedangkan Husein (2002:145) menyatakan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester ganjil 2018 – 2019 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia sebanyak 1.023 orang.

**Tabel 3.1**  
**Data Mahasiswa Semester Ganjil 2018-2019**

Program studi	Kelas		Jumlah Mahasiswa	Jenis Kelamin	
	Pagi	Malam		Perempuan	Laki-laki
S2 Akuntansi	15	-	15	9	6
S1 Akuntansi	210	203	413	250	163
S2 Manajemen	5	-	5	3	2
S1 Manajemen	279	241	520	302	218
D3 Perdagangan	32	8	40	26	14
D3 Akuntansi	23	7	30	18	12
<b>Total Populasi</b>	<b>564</b>	<b>459</b>	<b>1,023</b>	<b>608</b>	<b>415</b>

Sumber : Bagian Registrasi STEI Rawamangun

### 3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2007:63), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mampu mempelajari semua, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan, yaitu:

Metode Kuesioner (Angket), Angket (kuesioner) merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Definisi metode purposive sampling menurut Sugiyono, (2013: 78) adalah: “Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”. Jadi pada dasarnya, jumlah Sampel akan lebih sedikit dari jumlah populasinya yaitu 287 sampel.

Berikut Rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut :

$$n = N / (1 + N \cdot (e)^2)$$

$$n = 1.023 / (1 + 1.023 \cdot (0,05)^2)$$

$$n = 1.023 / (1 + 1.023 \cdot (0.0025))$$

$$n = 1.023 / (1 + 2.56)$$

$$n = 1.023 / 3.56$$

$$n = 286 \text{ Responden}$$

Kuesioner ini akan dibagikan kepada 286 orang mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

**Tabel 3.2**  
**Data Jumlah Responden**

Program studi	Kelas		Jumlah Responden
	Pagi	Malam	
S2 Akuntansi	14	-	14
S1 Akuntansi	50	50	100
S2 Manajemen	5	-	5
S1 Manajemen	50	50	100
D3 Perdagangan	31	8	39
D3 Akuntansi	21	7	28
<b>Total Sampel</b>	<b>172</b>	<b>115</b>	<b>286</b>

Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner dengan skala likert, dimana pada masing-masing jawaban diberikan skor sebagai berikut:

- a. Jawaban Sangat Setuju dengan skor 5
- b. Jawaban Setuju dengan skor 4
- c. Jawaban Netral dengan skor 3
- d. Jawaban Tidak Setuju dengan skor 2
- e. Jawaban Sangat Tidak Setuju dengan skor 1

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

#### 3.4.1 Variabel Independen

Adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas pada penelitian ini adalah

##### 1. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Menurut Tjiptono dan Chandra (2007:77) kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibanding ekspektasi pelanggan. Adapun indikator – indikator variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Berwujud
2. Keandalan
3. Daya tanggap
4. Jaminan

## 2. Kepercayaan (X<sub>2</sub>)

Kepercayaan pembeli terhadap website online shopping terletak pada popularitas website online shopping tersebut. Adapun indikator – indikator variabel kepercayaan adalah sebagai berikut :

1. Jaminan kepuasan
2. Perhatian
3. Keterus – terangan

## 3. Kemudahan (X<sub>3</sub>)

Menurut Davis (1989: 320), Kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Adapun indikator – indikator variabel kemudahan adalah sebagai berikut :

1. Mudah dipelajari
2. Jelas dan dapat dimengerti
3. Mudah menjadi mahir dan digunakan

## 4. Harga (X<sub>4</sub>)

Menurut Tjiptono (2009:138), Secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang atau (satuan moneter) dan aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Adapun indikator – indikator variabel kemudahan adalah sebagai berikut :

1. Harga jual
2. Kesesuaian harga
3. Perbandingan harga

### 3.4.2 Variabel Dependen

Adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian online (Y).

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Pengertian keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong (2001), adalah

tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Indikator pengukuran variabel keputusan pembelian secara online adalah sebagai berikut:

1. Memutuskan membeli online karena pertimbangan kepercayaan
2. Memutuskan membeli online karena pertimbangan keamanan
3. Memutuskan membeli online karena pertimbangan kualitas pelayanan
4. Memutuskan membeli online karena pertimbangan persepsi resiko

**Tabel 3.3**

**Rangkuman Instrumen Penelitian**

**Lampiran 1-3**

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. item
1	Kualitas Pelayanan (Tjiptono dan Chandra, 2007)	Berwujud	Layanan yang baik	1
			Merespon keluhan konsumen	2
		Keandalan	Kemudahan, kecepatan dalam pelayanan	3
			Informasi apa adanya	4
		Daya tanggap	Tanggap dalam mengatasi masalah	5
			Tampilan website	6
		Jaminan	Menyediakan barang yang dibutuhkan	7
			Keamanan produk yg dijual	8

**Tabel 3.3**  
**Rangkuman Instrumen Penelitian**  
**Lampiran 2-3**

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. item
2	Kepercayaan  (Kim et al, dalam Sukma & Adi, 2012)	Jaminan Kepuasan	Memberikan kepuasan	9
			Jaminan kerahasiaan data	10
		Perhatian	Memberikan perhatian penuh	11
			Memberikan reward kepada konsumen setia	12
		Keterus terangan	Memberikan informasi secara benar dan jelas	13
			Informasi yang diberikan terhadap kondisi barang apa adanya	14
3	Kemudahan  (Davis,1989)	Mudah dipelajari	Situs mudah dipelajari dengan cepat	15
			Mudah mengingat situs Tokopedia	16
		Jelas dan dapat dimengerti	Memberikan penjelasan yang mudah dimengerti	17
			Interaksi fleksibel	18
		Mudah menjadi mahir dan digunakan	Situs memberikan instruksi secara jelas	19
			Situs mudah di akses dan digunakan	20

**Tabel 3.3**  
**Rangkuman Instrumen Penelitian**  
**Lampiran 3-3**

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. item
4	Harga (Tjiptono,2009)	Harga jual	Harga produk bervariasi	21
			Harga terjangkau	22
		Kesesuaian harga	Harga yang sesuai dengan kualitas	23
			Harga yang sesuai dengan manfaat	24
		Perbandingan harga	Harga yang lebih murah dibanding tempat lain	25
			Harga dapat bersaing dan sesuai kemampuan konsumen	26
5	Keputusan Pembelian Kotler & Armstrong (2001)	Pertimbangan kepercayaan	Lebih memberikan kepercayaan	27
			Interaktif dan kontak	28
		Pertimbangan keamanan	Memberikan keamanan	29
			Produk yang sesuai	30
		Pertimbangan kualitas	Memberikan pelayanan yang baik	31
			Produk berkualitas	32
		Pertimbangan persepsi resiko	Meminimalkan resiko belanja online	33
			Saran dan opini orang lain	34

### **3.5 Metode Analisis Data**

#### **3.5.1 Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Suharsimi, 2006:168). Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dalam mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

#### **3.5.2 Uji Reliabilitas**

Reliabilitas berkaitan dengan derajat konsistensi atau tingkat kepercayaan data dalam jarak waktu tertentu, hal ini berarti pengujian reliabilitas diperlukan untuk menilai konsistensi pada objek dan data, apakah instrumen jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan masih menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2008)

#### **3.5.3 Uji Normalitas Data**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa Uji t dan Uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Model yang baik adalah mempunyai distribusi data normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal.



### 3.5.4 Analisis Korelasi Rank Spearman

Metode analisa ini digunakan untuk menganalisis ada tidaknya hubungan antara variabel, jika ada hubungan maka berapa besar pengaruhnya. Menurut Sugiyono (2002:282) “korelasi spearman rank digunakan mencari atau untuk menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal, dan sumber data antar variabel tidak harus sama”.

Interpretasi output analisis korelasi rank spearman menjadi tiga tahap interpretasi :

1. Melihat tingkat kekuatan (keeratan) hubungan antar variabel  
Hasil perhitungan tersebut kemudian dilihat keeratannya. menggunakan pedoman interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut.

**Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

Kategori	Tingkat Keeratan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	rendah
0,40 – 0,599	sedang
0,60 – 0,799	kuat
0,80 – 0,1000	Sangat kuat

Sumber :Sugiyono (2009:231)

2. Melihat arah (jenis) hubungan antar variabel

Besarnya koefisien Korelasi Spearman (  $r_s$  ) bervariasi yang memiliki batasan batasan antara  $-1 < r < 1$ , interpretasikan dan nilai koefisien korelasinya adalah :

- a. Jika nilai  $r > 0$ , artinya telah terjadi hubungan yang linier positif, yaitu makin besar nilai variabel X (independent) maka besar pula nilai variabel Y (dependent), atau makin kecil nilai variabel X (independent) maka makin kecil pula nilai variabel Y (dependent).

- b. Jika nilai  $r < 0$ , artinya telah terjadi hubungan yang linier negatif, yaitu makin kecil nilai variabel X (independent) maka makin besar nilai variabel Y (dependent), atau makin besar nilai variabel X (independent) maka makin kecil pula nilai variabel Y (dependent).
  - c. Jika nilai  $r = 0$ , artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel X (independent) dengan variabel Y (dependent).
  - d. Jika nilai  $r = 1$  atau  $r = - 1$ , artinya telah terjadi hubungan linier sempurna berupa garis lurus, sedangkan untuk nilai  $r$  yang makin mengarah ke angka 0 maka garis makin tidak lurus.
3. Melihat apakah hubungan tersebut signifikan atau tidak Uji probabilitas ( $p$ ) dengan nilai P cut-off vaule sebesar 0,01 atau 0,05. Adapun penjelasannya sebagai berikut :
- $H_1$  : Ada hubungan variabel x terhadap variabel y (Apabila nilai  $p \leq 0,01$  atau 0,05)
- $H_0$  : Tidak ada hubungan variabel x terhadap variabel y (Apabila nilai  $p \geq 0,01$  atau 0,05)

### 3.6 Perangkat Lunak Pengolah Data

Sesuai dengan tujuan penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan, produk dan harga terhadap kepuasan konsumen, dalam pengolahan data dan pengujian hipotesis menggunakan perangkat lunak Statistical Package Sosial Science (SPSS) 21 *for windows*.