

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2019: 16) “Penelitian kuantitatif merupakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik”.

Menurut Sugiyono (2019: 21) “Pendekatan asosiatif kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan dependen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen”. Penelitian ini menjelaskan pengaruh antar variabel yang diteliti yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

3.2 Variabel Penelitian

Menurut Sujarweni (2019: 173) “Variabel Penelitian adalah sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti berdasarkan penelitian yang akan dilakukan atau suatu atribut obyek yang berdiri dan dalam variabel tersebut terdapat dua data yang melengkapinya”.

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Adapun penjelasan dari masing-masing variabel penelitian itu adalah sebagai berikut :

3.2.1 Variabel Independen (Bebas)

Menurut Sujarweni (2019: 174) “Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi suatu yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel independen penelitian ini diantaranya :

1. Kualitas Produk (X_1)

Menurut Haris (2016: 43) “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya”.

Menurut Kotler dalam Daga (2017: 39) “kualitas produk dapat dimasukkan kedalam beberapa indikator, yaitu :

- a. Ciri-ciri Produk (*features*)
- b. Kinerja (*performance*)
- c. Ketepatan/kesesuaian (*conformance*)
- d. Ketahanan (*durability*)
- e. Keandalan (*reliability*)
- f. Kemudahan Perbaikan (*repairability*).
- g. Desain (*design*)”.

2. Kualitas Pelayanan (X_2)

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019: 61) “Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya

dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan”.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Indrasari (2019: 63) “terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan yaitu :

- a. Berwujud (*tangibles*)
- b. Keandalan (*reliability*)
- c. Ketanggapan (*responsiveness*)
- d. Jaminan dan Kepastian (*assurance*)
- e. Empati (*emphaty*)”.

3. Harga (X_3)

Menurut Alma (2020: 169) “Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Penetapan harga jual berasal dari harga pokok barang tersebut, sedangkan harga pokok barang ditentukan oleh berapa besar biaya yang dikorbankan untuk memperoleh atau untuk membuat barang itu”.

Menurut Kotler dalam Indrasari (2019: 42) “terdapat beberapa indikator harga yaitu :

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

- e. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan”.

3.2.2 Variabel Dependen (Terikat)

Menurut Sujarweni (2019: 174) “Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen”. Variabel dependen penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y). Menurut Umar dalam Indrasari (2019: 82) “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama”.

Menurut Indrasari (2019: 92), “ada beberapa indikator dari variabel kepuasa konsumen diantaranya :

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan”.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sujarweni (2019: 97) “Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana”. Adapun definisi operasional variabel sebagai berikut :

Tabel 3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala yang digunakan
1.	Kualitas Produk (X_1)	Menurut Haris (2016: 43) “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya”.	a. “Ciri-ciri produk (<i>Features</i>) b. Kinerja (<i>Performance</i>) c. Ketepatan/kesesuaian (<i>Conformance</i>) d. Ketahanan (<i>Durability</i>) e. Keandalan (<i>Reliability</i>) f. Kemudahan perbaikan (<i>Repairability</i>) g. Desain (<i>Design</i>)”. Menurut Kotler dalam Daga (2017: 39)	Skala Likert STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1 TS = Tidak Setuju diberi skor 2 KS = Kurang Setuju diberi skor 3 S = Setuju diberi skor 4 SS = Sangat Setuju diberi skor 5
2.	Kualitas Pelayanan (X_2)	Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019: 61) “Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan”.	a. “Berwujud (<i>tangibles</i>) b. Keandalan (<i>reliability</i>) c. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) d. Jaminan dan Kepastian (<i>assurance</i>) e. Empati (<i>emphaty</i>)”. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Indrasari (2019: 63)	Skala Likert STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1 TS = Tidak Setuju diberi skor 2 KS = Kurang Setuju diberi skor 3 S = Setuju diberi skor 4 SS = Sangat Setuju diberi skor 5
3.	Harga (X_3)	Menurut Alma (2020: 169) “Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Penetapan harga jual berasal dari harga pokok barang tersebut, sedangkan harga pokok barang ditentukan oleh berapa besar biaya yang dikorbankan untuk memperoleh atau untuk membuat barang itu”.	a. “Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat e. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan”. Menurut Kotler dalam Indrasari (2019: 42)	Skala Likert STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1 TS = Tidak Setuju diberi skor 2 KS = Kurang Setuju diberi skor 3 S = Setuju diberi skor 4 SS = Sangat Setuju diberi skor 5

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala yang digunakan
4.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019: 90) “Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik”.	Menurut Indrasari (2019: 92) : a. “Kesesuaian harapan b. Minat berkunjung kembali c. Kesiediaan merekomendasikan”.	Skala Likert STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1 TS = Tidak Setuju diberi skor 2 KS = Kurang Setuju diberi skor 3 S = Setuju diberi skor 4 SS = Sangat Setuju diberi skor 5

Sumber : Data diolah, 2022

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019: 126) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang telah menggunakan jasa pengiriman barang PT Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo periode Februari 2022 sebanyak 3.128 pelanggan (Lampiran 7).

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019: 127) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi,

misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”.

Untuk menentukan ukuran sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin, yaitu

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah Populasi

e : Tingkat kesalahan sampel 10% (0,1)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{3.128}{1 + 3.128 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.128}{1 + 31,28}$$

$$n = \frac{3.128}{32,28}$$

$$n = 96,90 \text{ (Dibulatkan menjadi 97 Responden)}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel dalam penelitian ini adalah 97 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2019: 131) “*Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak

memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Sedangkan penentuan pengambilan sampel dilakukan melalui *sampling* insidental. Menurut Sujarweni (2019: 109) “*Sampling* Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data”.

3.5 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sujarweni (2019: 114) “Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data”. Data primer penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara antara peneliti dengan pihak yang terkait dalam penelitian tersebut dan hasil dari penyebaran kuesioner tentang pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo.

2. Data Sekunder

Menurut Sujarweni (2019: 114) “Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan

publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpulan data”. Data Sekunder penelitian ini didapatkan berupa struktur organisasi, visi dan misi, gambaran instansi, dan data pendukung yang lain”.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Ada beberapa metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya :

1. Angket atau Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019: 199) “Angket atau Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Dalam penelitian ini, penyebaran kuesioner secara langsung dan bersifat tertutup pada responden untuk menjawab terkait daftar pernyataan yang telah disediakan tentang Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan.

2. Wawancara

Menurut Sujarweni (2019: 118) “Wawancara adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan”. Menurut Sugiyono (2019: 304) “Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara dapat

dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon”. Dalam penelitian, sebelum menyebarkan kuesioner peneliti melakukan wawancara *face to face* dengan informan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam terkait data yang dibutuhkan oleh peneliti pelanggan PT Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2019: 314) “Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang”. Saat melakukan wawancara dan pengisian kuesioner, peneliti mengabadikan dengan melakukan dokumentasi yang digunakan untuk menginformasikan bahwa penelitian memang benar adanya.

3.6 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019: 206) “Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019: 206) “Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan

perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan”.

Dalam pengolahannya menggunakan program IBM SPSS 23 untuk membuktikan hubungan dan pengaruh antara variabel penelitian. Teknis analisis data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut :

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Sujarweni (2019: 178) “Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu.

Kriteria jika :

$r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir atau pertanyaan tersebut valid

$r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir atau pertanyaan tersebut tidak valid”.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Menurut Ghozali dalam Sujarweni (2019: 178) “Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk”.

Menurut Sujarweni (2019: 178) “Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kriteria jika :

Cronbach Alpha (α) $> 0,60$ maka reliable

Cronbach Alpha (α) < 0,60 maka tidak reliable”.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2019: 154) “Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”.

Menurut Sujarweni (2019: 179) “Dalam uji normalitas ini ada 2 cara untuk mendeteksi apakah variabel residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji statistic kolmogorof. Kriteria jika :

Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal

Sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal”.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2019: 103) “Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinieritas dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Apabila nilai Tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinieritas, jika nilai Tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas”.

3. Uji Autokorelasi

Menurut Sujarweni (2019: 179) “Menguji Autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya.

Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan kriteria jika :

- a. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- b. Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
- c. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif”.

4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sujarweni (2019: 180) “Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain”.

Menurut Ghozali (2019: 134) “Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas”. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat menggunakan metode uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sujarweni (2019: 140) “Analisis regresi linear berganda yaitu untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen”. Persaman regresi dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

X₁ : Kualitas Produk

X₂ : Kualitas Pelayanan

X₃ : Harga

a : Konstanta

b₁b₂b₃ : Koefisien regresi untuk masing-masing variabel X₁, X₂, X₃

e : Standar *Error*

3.6.4 Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Menurut Sujarweni (2019: 142) “Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen”. Menurut Ghazali (2019: 95) “Untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variasi variabel dependen menggunakan nilai *Adjusted R Square*. Pada kolom *Adjusted R Square*, dapat dilihat besarnya variabel bebas (independen) dapat menjelaskan persentase variabel terikat (dependen). Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian”.

3.6.5 Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2019: 171) “Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen”.

Menurut Sujarweni (2019: 181) “Tarif signifikan 5%, dengan kriteria :

Ho : tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

Ha : ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

Kriteria :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka Ho diterima.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak.

Atau

Jika $p < 0,05$, maka Ho ditolak.

Jika $p > 0,05$, maka Ho diterima”.

2. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2019: 171) “Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen”.

Menurut Sujarweni (2019: 181) “Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F adalah :

Ho : tidak memenuhi kelayakan.

Ha : memenuhi kelayakan.

Kriteria :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau

Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak”.

3. Uji Dominan

Uji dominan bertujuan untuk mengetahui variabel bebas (independen) yang paling berpengaruh dominan terhadap variabel terikat (dependen), jika dibandingkan dengan beberapa variabel lainnya. Untuk menentukan variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat dengan cara melihat nilai *standardized coefficients* beta yang paling tinggi.

Menurut Ghozali (2019: 100) “Apabila masing-masing koefisien variabel bebas (independen) kita standardisasi lebih dahulu, maka kita akan mempunyai koefisien yang berbeda karena garis regresi melewati origin (titik pusat) sehingga tidak ada konstantanya (lihat pada *standardized coefficients*). Keuntungan dengan menggunakan *standardized coefficients* beta adalah mampu mengeliminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independen”.