

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang didasari oleh filsafat positivism yaitu ilmu yang valid atau kaidah-kaidah ilmiah, seperti empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis.¹

Jenis metode penelitian ini adalah Kausal. Kausal yaitu Penelitian hubungan yang bersifat sebab akibat antara variabel independen dengan variabel dependen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat seberapa jauh variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini akan dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independen yaitu : *reliability* (X_1), *responsiveness* (X_2), *assurance* (X_3), *emphaty* (X_4), dan *tangible* (X_5) terhadap variabel dependen yaitu: kepuasan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa warnet Sky.Net di Jorong Kuranji, Kabupaten Lima Puluh Kota.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Jorong Kuranji Kabupaten Lima Puluh Kota, dimulai dari bulan Maret 2018 sampai dengan selesai.

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.7

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian.² Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan pada Warnet Sky.Net Jorong Kuranji Kabupaten Lima Puluh Kota dengan jumlah pelanggan sebanyak 24.406 orang pelanggan dari bulan Februari 2017 sampai Februari 2018.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan anggota populasi, yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel juga dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.³

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *convenience* (dipermudah). *Convenience sampling* adalah prosedur untuk mendapatkan unit sampel menurut keinginan peneliti. Pada umumnya, peneliti menggunakan metode ini untuk memperoleh daftar pertanyaan dalam jumlah yang besar dan lengkap secara cepat dan

²Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2010), h. 76

³*Ibid.*, h. 77

hemat.⁴ Hal ini dilakukan mengingat bahwa penelitian dilakukan pada warnet dimana peneliti tidak dapat mengambil responden dari konsumen terdahulu maka individu yang akan dijadikan sampel adalah konsumen yang melakukan pembelian jasa pada saat penelitian dilakukan dalam waktu tertentu sehingga tidak seluruh individu mendapat kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Rumus yang digunakan adalah rumus formulasi *Slovin* yaitu:

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

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian 10%

sehingga bila memakai rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10% diperoleh:

$$n = \frac{24.406}{1 + 24.406(0.1)^2}$$

$$= \frac{24.406}{245,06}$$

$$= 99,59 \text{ (dibulatkan menjadi 100 orang)}$$

⁴Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2003), h. 119

Untuk kepentingan penelitian, maka jumlah sampel yang diambil yaitu 100 orang pelanggan.

D. Jenis dan Sumber data

1. Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan.⁵ Data ini juga sering disebut data asli, bisa berwujud hasil wawancara, pengisian kuisioner, atau bukti transaksi seperti tanda bukti pembelian barang dan karcis parkir.⁶ Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuisioner yang dilakukan oleh responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu.⁷

E. Defenisi Operasional

Adapun defenisi operasional pada penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen (variabel bebas):

a) *Reliability* (X_1)

⁵Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008)., h. 138

⁶Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Perpustakaan Nasional: UB Press, 2012)., h. 60

⁷Rosady Ruslan, *op.cit.*,h. 138

Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.⁸ Adapun indikator dari *Reliability* dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kecepatan akses layanan
 - 2) Pelayanan ramah
 - 3) Mampu memanjakan pelanggan
- b) *Responsiveness* (X_2)

Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.⁹ Adapun indikator *responsiveness* dalam penelitian ini adalah:

- 1) Mengambil langkah cepat dalam penanganan masalah gangguan akses
 - 2) Kecepatan dalam pelayanan
 - 3) Ketepatan dalam pelayanan
- c) *Assurance* (X_3)

Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan

⁸Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2008) h.95

⁹*Ibid.*,

(*confidence*).¹⁰ Adapun indikator dari *assurance* dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kemudahan pelanggan dalam menghubungi
- 2) Kesiapan para teknisi dalam memasang
- 3) Pemahaman akan kebutuhan pelanggan

d) *Emphaty* (X_4)

Empati (*emphaty*) yaitu perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.¹¹ Adapun indikator dari *emphaty* dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kesiediaan dalam membantu pelanggan
- 2) Perhatian yang secara ikhlas
- 3) Sabar dalam mendengarkan keluhan pelanggan

e) *Tangibles* (X_5)

Bukti Fisik (*tangibles*) yaitu berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.¹² Adapun indikator dari *tangibles* dalam penelitian ini adalah:

- 1) Jaringan internet dan telepon luas
- 2) Kemampuan modem memungkinkan terjadinya komunikasi data dan voice

¹⁰*Ibid.*,

¹¹*Ibid.*,

¹²*Ibid.*,

- 3) Alat-alatnya yang lengkap
- 4) Penampilan petugas yang menarik

2. Variabel Dependen (variabel terikat)

a) Kepuasan Pelanggan (Y), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka.¹³ Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya.¹⁴ Adapun indikator dari kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Perasaan puas atas pelayanan yang diberikan
- 2) Perasaan puas atas keramah tamahan dan kesopanan yang diberikan
- 3) Perasaan puas atas fasilitas yang telah disediakan
- 4) Perasaan puas atas keamanan, kenyamanan, dan kebersihan
- 5) Perasaan puas atas kemampuan yang dimiliki karyawan

Tabel 3.1

Definisi Operasional

Variabel	Defenisi	Indikator	Alat Ukur
<i>Reliability</i> (X ₁)	Keandalan (<i>Reliability</i>) yaitu kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan akses layanan 2. Pelayanan ramah kepada pelanggan dan lingkungan 3. Mampu memanjakan pelanggan 	Skala Likert

¹³ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 138-139

¹⁴ Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997), h. 1

<i>Responsiveness</i> (X_2)	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) yaitu kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengambil langkah cepat dalam penanganan masalah gangguan akses 2. Kecepatan dalam pelayanan 3. Ketepatan dalam pelayanan 	Skala Likert
<i>Assurance</i> (X_3)	Jaminan (<i>assurance</i>) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (<i>trust</i>) dan keyakinan pelanggan (<i>confidence</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan pelanggan dalam menghubungi 2. Kesiapan para teknisi dalam memasang 3. Pemahaman akan kebutuhan pelanggan 	Skala Likert
<i>Emphaty</i> (X_4)	Empati (<i>emphaty</i>) yaitu perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesediaan dalam membantu pelanggan 2. Perhatian yang secara ikhlas 3. Mendengarkan keluhan pelanggan 	Skala Likert
<i>Tangible</i> (X_5)	Bukti Fisik (<i>tangibles</i>) yaitu berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jaringan internet dan telepon luas 2. Kemampuan modem memungkinkan terjadinya komunikasi data dan voice 3. Alat-alatnya yang lengkap 4. Penampilan petugas yang menarik 	Skala Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan puas atas pelayanan yang diberikan 2. Perasaan puas atas keramahamahan dan kesopanan yang diberikan 	Skala Likert

	ekspektasi mereka	3. Perasaan puas atas fasilitas yang telah disediakan 4. Perasaan puas atas keamanan, kenyamanan, dan kebersihan 5. Perasaan puas atas kemampuan yang dimiliki karyawan	
--	-------------------	---	--

Sumber: Data Primer diolah, tahun 2018

F. Instrument Penelitian

Instrument adalah alat yang digunakan dalam penelitian sebagai pengumpulan data yang dapat berupa kuisisioner, mengolah data dengan pertanyaan-pertanyaan, menginterpretasikan data yang telah diperoleh melalui penelitian.¹⁵

Instrument penelitian ini biasa dikembangkan dengan bantuan kajian teori, definisi operasional variabel bebas (*independen*), dan variabel terikat (*dependen*) yang selanjutnya dikembangkan dengan penjabaran indikator-indikator. Instrumen untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah berupa kuisisioner yang disusun dengan menggunakan skala likert (bertingkat dengan lima alternatif jawaban dan masing-masing diberiskor. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. 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

¹⁵ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 121

pertanyaan. Untuk itu digunakan indikator variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 dan Y berupa pernyataan yang diberikan memiliki alternatif jawaban. Alternatif jawaban adalah sebagai berikut:¹⁶

Tabel 3.2

Bobot Penilaian Skala Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Burhan Bungin, 2005

G. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (kuisisioner). Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket (kuisisioner) merupakan pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur atau apa yang bisa diharapkan dari responden.¹⁷ Dalam penelitian ini kuisisioner yang diberikan berbentuk pertanyaan terstruktur dimana didalam kuisisioner tersebut menyajikan sebuah pertanyaan yang harus ditanggapi oleh

¹⁶ Sugiyono, *op.cit.*, h. 107-108

¹⁷ Anak Agung Putu Agung, *op.cit.*, h.63

responden secara terstruktur. Kuisisioner yang dibagikan hanya untuk pelanggan yang sudah lebih dari satu kali menggunakan jasa warnet pada Sky.Net Jorong Kuranji ini.

H. Uji Coba Penelitian

Untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya, maka digunakan dua macam pengujian yaitu:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji analisis yang bertujuan untuk melihat seberapa kuat variabel-variabel yang diukur dengan variabel lain. Validitas menggambarkan bahwa pernyataan yang digunakan mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur (valid). Dari proses analisis dengan korelasi *product moment*, maka instrumen dinyatakan valid jika nilai *corrected item correlation* (r) lebih besar dari 0,361.¹⁸ Untuk menguji validitas instrumen digunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:¹⁹

$$r = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

dimana:

r = Koefisien korelasi suatu item dengan nilai item total

ΣX = Jumlah skor setiap item

¹⁸Idris, *Aplikasi Model dan Data Kuantitatif dengan Program SPSS*, (Padang: Universitas Negeri Padang, 2012)., h. 8

¹⁹Syopian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014)., h. 121

ΣX^2 = Jumlah kuadrat skor item

ΣY = Jumlah skor seluruh item

ΣY^2 = Jumlah kuadrat skor seluruh item

ΣXY = Jumlah hasil kali skor seluruh item

n = Jumlah responden

Kriteria pengujiannya adalah jika $r_h > r_{tabel}$ berarti valid, sebaliknya jika $r_h < r_{tabel}$ berarti tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya ukuran dalam penggunaannya. Instrumen yang reliable adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, atau jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji ini juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran pada subjek yang sama atau dengan kata lain untuk menunjukkan adanya kesesuaian antara sesuatu yang diukur dengan alat pengukuran yang dipakai. Sedangkan untuk mengukur koefisien keandalan (*reliability*) kuisisioner digunakan rumus *Croanbach alpa*, yaitu:²⁰

$$r_{tt} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

dimana :

²⁰Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005)., h. 196

r_{tt} = Koefisien reliabilitas

k = Banyak butir pertanyaan atau banyaknya jumlah item

$\Sigma \sigma b^2$ = Jumlah varians skor item

σ_1^2 = Varians skor total

Tingkat reliabilitas dengan metode *Cronbach Alpha* diukur berdasarkan skala alpha 0 (nol) sampai 1 (satu). Adapun kriteria pengujian reliabilitas adalah jika $r_{tt} \geq r_{tabel}$ berarti reliable, sebaliknya jika $r_{tt} \leq r_{tabel}$ berarti tidak reliable. r_{tabel} mengacu tabel r untuk uji satu arah.

I. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam menginterpretasikan data-data sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data variabel *independent* dan data variabel *dependent* adalah normal. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.²¹ Normal atau tidaknya distribusi sebuah data dapat dilihat dengan menggunakan *Uji One Simple Kolmogorov Smirnov*. Distribusi data yang dikatakan normal jika nilai signifikansi $> 0,05$.

²¹Suliyanto, *Ekonomi Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta : Andi, 2011), h. 75

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independennya.

Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat angkatan *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Dengan pengambilan keputusan jika ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* > 0.10 atau < 10 dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.²²

3. Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atas suatu pengamatan lain. Jika suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut *homokedastisitas* dan jika berbeda disebut *heterokedastisitas*. Dalam uji ini, apabila hasilnya $\text{Sig} > 0,05$, maka tidak terdapat gejala *heterokedastisitas*, model yang baik adalah tidak terjadinya *heterokedastisitas*.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara tidak parsial atau secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Keempat*, (Semarang, Universitas Diponegoro), h. 98

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

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

X₁ : Reliability

X₂ : Responsiveness

X₃ : Assurance

X₄ : Emphaty

X₅ : Tangibel

a : Konstanta

e : Hal diluar variabel X yang mempunyai pengaruh variabel Y

b₁, b₂, b₃: Koefisien regresi yang hendak ditafsirkan

5. Uji Kelayakan Model

a. Uji t (t-test)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y) serta melakukan penerimaan atau penolakan hipotesis penelitian berdasarkan hasil pengujian, digunakan uji t dengan rumus:

$$t_o = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

Keterangan:

t_o = Koefisien nilai test

b_i = Koefisien regresi

s_{b_i} = Standar kesalahan koefisien regresi

a) Jika dihitung $\leq t_{\text{tabel}}$, maka H_o diterima dan H_a ditolak

- b) Jika dihitung $\geq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dimana taraf pengujian $\alpha = 0,05$ (95%).

b. Uji F

Digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini, dapat dilakukan diaplikasi SPSS dengan tingkat signifikan $< 0,05$ melalui tabel ANOVA, dapat diketahui dengan rumus:

$$F_{\text{hit}} = R^2 / ((1 - R^2) / (n - k - 1))$$

Keterangan:

K = Banyaknya variabel bebas

n = Besarnya sampel

R^2 = Koefisien korelasi berganda

Kriteria:

- a) Jika $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak
- b) Jika $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

c. Uji Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dimana nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas koefisien determinasi (R^2) mempunyai suatu besaran yang digunakan untuk mengukur garis kebaikan

(*Goodness Of Fit*) secara vertikal, untuk proporsi atau persentase total variabel dalam Y yang dijelaskan oleh model regresi, dirumuskan sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum(\hat{Y} - Y)^2}{\sum(Y - \bar{Y})^2}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

Y = Y hasil observasi

\hat{Y} = hasil regresi

\bar{Y} = Y rata-rata



UIN IMAM BONJOL
PADANG