

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta dan sifat suatu objek atau populasi tertentu.<sup>1</sup> Pendekatan kuantitatif diartikan sebagai pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan metode penelitian yang sudah direncanakan sesuai dengan variabel yang akan diteliti.<sup>2</sup> Penelitian kuantitatif menekankan pada variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.<sup>3</sup>

##### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif (hubungan). Penelitian asosiatif merupakan penelitian untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, dimana dalam penelitian asosiatif

---

<sup>1</sup> Sukaria Sinulingga, *Metode Penelitian*, (Medan: USU Press, 2014) hal 63

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016) hal 11

<sup>3</sup> Moh. Sidik Priadana, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009) hal 3

terdapat tiga bentuk hubungan yaitu hubungan simetris, hubungan kausal dan interaktif atau timbal balik.<sup>4</sup>

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *survey*. Dalam penelitian jenis *survey* informasi dikumpulkan menggunakan kuesioner. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat antara variabel bebas X terhadap variabel terikat Y.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini terdapat 4 (empat) variabel independen yaitu komitmen, empati, timbal balik, kepercayaan dan 1 (satu) variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

## **B. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi Penelitian**

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>6</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen di Kabupaten Tulungagung.

### **2. Sampel**

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cluster Random Sampling* adalah teknik untuk memilih sebuah sampel dari kelompok-kelompok unit kecil. Dari beberapa *cluster* kemudian dipilih secara acak sebagai wakil dari populasi, kemudian elemen-elemen sampel terpilih dijadikan sebagai sampel penelitian. Dalam penelitian ini terdiri dari 10 (sepuluh)

---

<sup>4</sup> Moh. Sidik Priadana, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis, ...*, hal 61

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008) hal 6

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, ...*, hal 98

*Cluster* yaitu Pegawai Negeri Sipil, karyawan swasta, petani, pelajar (SMA), ibu rumah tangga, pedagang, mahasiswa, pejabat desa, sales, dan Polisi. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 50 orang.

### C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

#### 1. Sumber data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik secara kuantitatif atau kualitatif yang menunjukkan fakta. Data dapat didefinisikan sebagai kumpulan fakta atau angka atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan.<sup>7</sup>

Sumber data adalah subyek dari mana asalnya data dapat diperoleh.<sup>8</sup>

Sumber data dikelompokkan menjadi 2 macam yaitu:

- a. Data primer yaitu data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari daftar pertanyaan (*Questionnaire*) yang disebarikan kepada responden.<sup>10</sup>
- b. Data sekunder, yaitu data yang berasal dari sumber kedua yang dapat diperoleh melalui buku, brosur atau artikel dari *website*.<sup>11</sup>

---

<sup>7</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS Edisi Pertama*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013) hal 34

<sup>8</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002) hal 107

<sup>9</sup> Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2009) hal 145

<sup>10</sup> Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005) hal 303

<sup>11</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009) hal 54-55

## 2. Variabel

Sebelum melakukan penelitian seorang peneliti harus menetapkan suatu variabel untuk diteliti dan dipelajari sehingga menghasilkan informasi baru mengenai hal tersebut, yang kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, kuantitas, maupun mutu standart. Dengan kata lain variabel merupakan sebuah fenomena yang berubah-ubah.<sup>12</sup>

Variabel dalam penelitian dibedakan menjadi dua macam yaitu:

### a. Variabel *Independen*

Variabel bebas adalah sejumlah gejala atau faktor atau unsur-unsur yang mempengaruhi ada atau tidaknya gejala atau faktor-faktor yang lain. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah komitmen, empati, timbal balik, dan kepercayaan.

### b. Variabel *Dependen*

Variabel *dependen* atau disebut dengan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.<sup>13</sup> Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

## 3. Skala pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat

---

<sup>12</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005) hal 7

<sup>13</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011) hal 64

ukur, sehingga alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran yang menghasilkan data kuantitatif.

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert dimana skala tersebut digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu fenomena. Fenomena tersebut sudah ditentukan oleh peneliti secara spesifik, dan disebut sebagai variabel penelitian.

Pemberian skor pada skala likert yaitu:

- a. Jawaban SS diberi skor 5
- b. Jawaban S diberi skor 4
- c. Jawaban RR diberi skor 3
- d. Jawaban TS diberi skor 2
- e. Jawaban STS diberi skor 1

#### **D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

##### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yaitu suatu cara yang digunakan pada suatu penelitian untuk memperoleh data yang sistematis. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu metode angket atau kuesioner. Metode angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009) hal 142

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan daftar pertanyaan (*questionnaire*) yang diberikan kepada semua konsumen daring yang terbagi menjadi 10 *cluster*.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan kuesioner, yang merupakan suatu teknik menggunakan angket yang berisi daftar pertanyaan kepada semua konsumen yang telah memenuhi syarat menjadi sampel penelitian. Kuesioner tersebut diberikan kepada konsumen dengan harapan konsumen tersebut mengisi kuesioner dengan pendapat mereka mengenai pengalaman mereka berbelanja secara *online*. Kuesioner tersebut diberikan secara langsung kepada responden dan tertutup artinya alternative jawaban sudah disediakan.

## 2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar lebih mudah dan mendapatkan hasil yang lebih baik, cermat, lengkap serta sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen kuesioner dengan menggunakan skala likert dengan 5 opsi jawaban.

**Tabel 3.1**  
**Instrumen Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Jumlah Butir</b>	<b>Instrumen</b>
Komitmen ( $X_1$ )	1. Keinginan perusahaan untuk menjaga kualitas produk	1	1
	2. Bertanggung jawab jika ada keterlambatan pengiriman	1	2
	3. Mengganti rugi jika ada kerusakan produk	1	3
	4. Memberikan kemudahan kepada pelanggan	1	4
Empati ( $X_2$ )	1. Memahami kebutuhan konsumen	1	5
	2. Memberikan informasi produk secara transparan	1	6
	3. Memahami keluhan pelanggan	1	7
Timbal Balik ( $X_3$ )	1. Mengatasi keluhan pelanggan	1	8
	2. Menerima kritik dari konsumen	1	9
	3. Menerima saran dari konsumen	1	10
Kepercayaan ( $X_4$ )	1. Kepercayaan konsumen pada kemampuan perusahaan	1	11
	2. Kepercayaan konsumen atas integritas perusahaan	1	12
	3. Keyakinan pelanggan terhadap kredibilitas perusahaan	1	13
Kepuasan konsumen ( $Y$ )	1. Kualitas produk sesuai dengan harapan pelanggan	1	14
	2. Pelayanan yang diterima konsumen sesuai dengan harapan konsumen	1	15
	3. Konsumen merasa senang atas produk yang telah dibeli	1	16

## E. Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>15</sup> Uji validitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Setelah itu tentukan hipotesis  $H_0$ : skor butir pertanyaan tidak berkorelasi positif dengan total skor konstruk dan  $H_a$ : skor butir pertanyaan tidak berkorelasi positif dengan total skor konstruk. Setelah menentukan hipotesis  $H_0$  dan  $H_a$ , kemudian uji signifikan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (*table corrected item-total correlation*) dengan  $r$  tabel (*table Product Moment dengan signifikan 0,05*) untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ .

Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pertanyaan tersebut valid.

Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Kriteria lainnya dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut: Bila korelasi positif dan  $r \geq 0,3$  maka butir instrument tersebut

---

<sup>15</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013) hal 52

dinyatakan valid.<sup>16</sup> Butir pertanyaan tidak valid tidak diikutsertakan dalam uji hipotesis.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.<sup>17</sup> Uji signifikansi dilakukan pada taraf signifikansi 0,05 artinya suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0.60$ . *Cronbach Alpha* yang baik adalah yang makin mendekati 1.

## 3. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk memastikan apakah data tersebut bersifat normal atau tidak, dengan asumsi sebagai berikut:

$$H_0 = \text{Data tidak berdistribusi normal}$$

$$H_1 = \text{Data berdistribusi normal}$$

Dengan menggunakan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$ . Terima  $H_1$  jika nilai signifikan  $> 0,05$  dan tolak  $H_0$  jika nilai signifikan  $< 0,05$ .

## 4. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolonieritas

Multikolinearitas adalah suatu kondisi di mana terjadi korelasi signifikan antara variabel bebasnya. jika terdapat korelasi antara variabel bebas maka untuk menemukan variabel bebas yang mempengaruhi

---

<sup>16</sup> Situmorang dan Lutfi M, *Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, (Medan: USU Press, 2014) hal 89

<sup>17</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program SPSS, ...*, hal 47

variabel terikat sangat sulit. Diantara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka dapat diartikan persamaan regresi tersebut tidak akurat digunakan dalam persamaan. Apabila nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model tersebut terbebas dari multikolinieritas.<sup>18</sup>

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier berganda terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Memprediksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilakukan dengan cara melihat pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.<sup>19</sup>

5. Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) terhadap suatu variabel dependen (Y).<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan Spss Edisi Pertama*, (Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2013) hal79

<sup>19</sup> Sujarweni Wiratna, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014) hal 186

<sup>20</sup> Dwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: ANDI, 2012) hal 127

## 6. Pengujian Hipotesis dengan menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda

### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui dan mencari ada atau tidaknya perbedaan yang meyakinkan dari dua mean sampel. Apabila masing-masing variabel bebas (komitmen, empati, timbal balik, kepercayaan) lebih besar dari  $t_{hitung}$  maka variabel bebas tersebut secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

$H_0$  = tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_1$  = ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika signifikan nilai  $t < 0,05$  maka ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya tolak  $H_0$  terima  $H_1$ . Begitu juga sebaliknya, jika signifikan nilai  $t > 0,05$  maka tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, artinya terima  $H_0$  tolak  $H_1$ .<sup>21</sup>

### b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi untuk menguji besarnya pengaruh yang diberikan variabel independen (komitmen, empati, timbal balik dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Jika nilai

---

<sup>21</sup> Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistik dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008) hal 146

koefisien determinasi sama dengan satu, berarti garis regresi yang terbentuk cocok secara sempurna dengan nilai observasi yang diperoleh.

Kegunaan koefisien determinasi adalah:

- 1) Sebagai ukuran kecocokan garis regresi yang dibentuk dari hasil pendugaan terhadap sekelompok data hasil observasi. Semakin besar nilai  $R^2$  semakin bagus garis regresi yang terbentuk.
- 2) Untuk mengukur besar presentase dari jumlah ragam Y yang diterangkan oleh model regresi atau untuk mengukur besar peran variabel X terhadap variabel Y.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Dergibson Siagian Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2006) hal 259