

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka angka dan analisisnya menggunakan statistik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Kuantitatif Kausalitas. Dimana Peneliti bertujuan untuk menganalisis bagaimana kebijakan harga dan kualitas layanan (variabel independen) mempengaruhi kepuasan pelanggan (variabel dependen).

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiono Populasi penelitian adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Margono Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu lingkup dan waktu yang kita tentukan. Populasi dari penelitian ini adalah semua pelanggan yang telah menggunakan jasa percetakan Kawi CTP Digital Printing. Dalam konteks ini, populasi mencakup setiap individu atau entitas yang pernah melakukan transaksi dengan perusahaan dan mengalami langsung kualitas layanan yang diberikan serta kebijakan harga yang ditetapkan

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Artinya sampel yang baik harus dapat mewakili populasi dengan akurat agar hasil penelitian dapat memberikan wawasan yang valid dan dapat diterapkan secara luas. Sampel juga dapat diidentifikasi sebagai sekelompok individu atau objek yang diambil dari populasi yang lebih besar untuk tujuan pengamatan atau penelitian. Sampel ini digunakan untuk mewakili karakteristik populasi sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan tanpa harus mengamati seluruh populasi. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*, dengan sampel yang dipilih yaitu semua pelanggan percetakan Kawi CTP Digital Printing sejumlah kurang lebih 40 orang. Metode ini dipilih karena peneliti mengarahkan fokus kepada kelompok pelanggan yang memiliki kriteria tertentu

yang relevan dengan tujuan penelitian yang berfokus pada dampak kebijakan harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling (non random)* dengan kriteria, sebagai berikut:

1. Pelanggan yang pernah menggunakan jasa

Sampel hanya diambil dari pelanggan yang telah menggunakan jasa percetakan minimal dua kali selama masa penelitian berlangsung. Kriteria ini memastikan bahwa pelanggan memiliki pengalaman langsung yang relevan dalam menilai kualitas layanan dan kebijakan harga.

2. Minimal usia

Pelanggan yang diambil sampelnya diharapkan minimal berusia 15 tahun. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden memiliki kemampuan untuk membuat keputusan terkait penggunaan layanan percetakan dan mampu memberikan masukan yang matang.

### **3.3 Variabel, Operasionalisasi dan Pengukuran**

1. Variabel

Variabel adalah merupakan elemen kunci dalam penelitian yang memungkinkan peneliti untuk mengukur, menganalisis dan hubungan antara berbagai aspek dari fenomena yang diteliti. Variabel merupakan atribut atau sifat yang dapat berubah atau memiliki nilai yang berbeda diantara individu, objek atau situasi. Dan variabel juga dapat diartikan elemen kunci dalam penelitian yang digunakan untuk mengamati dan menganalisis hubungan antara faktor – faktor. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Kebijakan Harga dan Kualitas Layanan. Sedangkan, variabel dependen (variabel terikat) adalah Kepuasan Pelanggan.

2. Operasionalisasi

Operasionallisasi adalah prosed mendefinisikan variabel dalam bentuk indikator yang dapat diukur. Berikut akan dijelaskan masing masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional**

| <b>Variabel</b>        | <b>Definisi Operasional</b>                                                                                                                                     | <b>Indikator</b>                                                                                                                                                                                  |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kebijakan Harga (X1)   | Harga merupakan sebuah value yang harus ditetapkan oleh perusahaan untuk menetapkan value barang, jasa yang dilakukan                                           | a) Harga Produk<br>b) Perbandingan Harga<br>c) Persepsi Nilai<br>d) Diskon dan Penawaran Khusus<br>e) Kualitas vs Harga<br>f) Frekuensi Perubahan Harga<br>g) Reaksi terhadap Harga tinggi/rendah |
| Kualitas Layanan (X2)  | Kualitas Layanan adalah konsep penting dalam dunia bisnis yang merujuk pada tingkat keunggulan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada pelanggan. | a) Bukti Fisik<br>b) Keandalan<br>c) Daya Tanggap<br>d) Jaminan<br>e) Empati                                                                                                                      |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | Kepuasan Pelanggan adalah ukuran sejauh mana produk atau layanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.                                       | a) Kualitas Produk<br>b) Kualitas Layanan<br>c) Persepsi Nilai<br>d) Harapan Pelanggan<br>e) Kemudahan Akses<br>f) Reaksi terhadap Masalah<br>g) Merek dan Citra Perusahaan<br>h) Kesetiaan       |

### 3. Pengukuran

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data kuantitatif. Menurut Sugiono (2017) Data Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka dan dapat digunakan untuk menghitung atau mengukur variabel penelitian. Data ini biasanya diperoleh melalui survei, kuesioner atau pengukuran langsung (skoring: Sangat Tidak Setuju=1, Tidak Setuju=2, Netral=3, Setuju=4, Sangat Setuju=5)

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Skala Likert*. Skala Likert merupakan alat pengukuran yang digunakan untuk

menilai sikap, pendapat atau persepsi responden terhadap suatu pernyataan. Skala ini sering digunakan dalam survei dan kuesioner untuk mengumpulkan data kuantitatif.

Peneliti menggunakan skala likert untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan percetakan Kawi CTP Digital dengan menggunakan skor pada setiap pertanyaan atau pernyataan. Dengan skala pengukuran dengan tipe ini, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator ini digunakan untuk menyusun instrumen, jawaban yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Pada penelitian ini jawaban menggunakan skor sangat setuju, setuju, netral, sangat tidak setuju dan tidak setuju.

### **3.4 Metode Analisis**

#### **1. Kuesioner**

Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif (dengan menyebarkan angket/kuesioner kepada responden) yang dikuantitatifkan agar hasil dapat diproses menggunakan statistik. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data. Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dari responden melalui serangkaian pertanyaan yang terstruktur. Kuesioner sering digunakan dalam penelitian, survei dan evaluasi untuk mendapatkan wawasan tentang pendapat, sikap, perilaku atau karakteristik tertentu dari populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini instrumen pengumpulan datanya menggunakan konsep skala sikap Likert. Pada skala Likert ini responden akan menjawab pernyataan pernyataan yang sudah dibuat oleh peneliti dengan memberikan tanda silang. Dari jawaban responden kemudian diberikan skor nilai. Pemberian bobot atau skor disusun dengan bertingkat yang konsisten. Seperti yang tercantum pada tabel berikut:

**Tabel 3. 2 Skor Jawaban Responden**

| No. | Jawaban             | Kode | Skor |
|-----|---------------------|------|------|
| 1.  | Sangat Tidak Setuju | STS  | 1    |
| 2.  | Tidak Setuju        | TS   | 2    |
| 3.  | Netral              | N    | 3    |
| 4.  | Setuju              | S    | 4    |
| 5.  | Sangat Setuju       | ST   | 5    |

### 3.5 Uji Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah langkah krusial dalam penelitian yang bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran, seperti kuesioner atau survey, dapat mengukur konstruk yang dimaksudkan dengan akurat. Validitas adalah salah satu aspek fundamental dalam penelitian karena data yang tidak valid dapat mengarah pada kesimpulan yang keliru. Cara yang dapat dilakukan dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh pada setiap item dengan skor dari masing masing atribut. Teknik korelasi yang digunakan adalah Korelasi *Pearson*. Peneliti menggunakan korelasi *Pearson* (Yanti & Akhri, 2022) untuk mengukur hubungan antara dua variabel yang bersifat kontinu dan normal distribusi. Dalam hal ini peneliti mengukur hubungan antara 2 variabel yaitu: Kebijakan Harga (variabel independen), Kualitas Layanan (variabel independen) dan Kepuasan Konsumen (variabel dependen).

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

Dimana:

- r : nilai koefisien korelasi antara dua variabel X dan Y
- n : jumlah pasangan data (jumlah responden di kuesioner)
- $\sum XY$  : jumlah dari hasil kali semua nilai X dan Y
- $\sum X$  : jumlah nilai variabel X (contoh skor kebijakan harga)
- $\sum Y$  : jumlah nilai variabel Y (contoh skor kepuasan konsumen)

$\Sigma X^2$  : jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\Sigma Y^2$  : jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Nilai r dapat dipahami sebagai berikut:

1 : korelasi positif sempurna (selalu berhubungan)

0 : tidak ada korelasi (tidak ada hubungan)

-1 : korelasi negatif sempurna (hubungan terbalik)

0.1 – 0.3 : korelasi lemah

0.3 – 0.5 : korelasi sedang

0.5 – 1.0 : korelasi kuat

Perhitungan uji validitas dari variabel X1, X2 dan Y tersebut akan dilakukan dengan bantuan SPSS. Adapun nilai uji validitas, sebagai berikut:

- a. Nilai korelasi dianggap valid jika memiliki tingkat signifikan (p-value) dibawah 0.05. mengartikan terdapat hubungan yang signifikan antara item kuesioner dengan variabel total
- b. Jika p value < 0.05 menyatakan item tersebut valid

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah proses yang dilakukan untuk menilai konsistensi dan keandalan suatu instrumen pengukuran dalam penelitian. Reliabilitas mengacu pada sejauh mana instrumen tersebut menghasilkan hasil yang konsisten ketika digunakan dalam kondisi yang sama berulang kali. Pada dasarnya, uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi atau andalan dari kuesioner yang digunakan dalam penelitian (Anggraini, et.al, 2022). Dengan demikian, jika kuesioner tersebut digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama, hasilnya harus konsisten.

$$\alpha = \frac{N \cdot \bar{c}}{v + (N - 1) \cdot \bar{c}}$$

Dimana:

A : koefisien reliabilitas atau *Cronbach's alpha*

N : jumlah item dalam skala atau kuesioner

C : rata rata variansi antara item

V : variasi total skor untuk semua item

Interpretasi Nilai *Cronbach's Alpha*

0.00-0.59 : Reliabilitas rendah (kurang baik)

0.60-0.79 : Reliabilitas sedang (cukup baik)

0.80-1.00 : Reliabilitas tinggi (sangat baik)

### 3.6 Metode analisis

#### 3.6.1 Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas yang paling sederhana adalah membuat grafik distribusi frekuensi atas skor yang ada. Pengujian kenormalan tergantung pada kemampuan peneliti dalam mencermati *plotting data* (alat yang digunakan untuk menganalisis data). Jika data cukup banyak dan penyebarannya tidak 100% normal (tidak normal sempurna), dapat disimpulkan kemungkinan akan salah. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan analisis grafik serta uji *Kolmogorov Smirnov* Usmadi (2020). Dalam uji *Kolmogorov Smirnov* hipotesis diajukan adalah

1)  $H_0: f(X) = \text{normal}$

2)  $H_1: f(X) \neq \text{normal}$

##### b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel independen yang ada dalam model regresi mempunyai korelasi linier yang tepat atau mendekati sempurna Haris (2018). Model hubungan yang dinilai baik adalah model yang tidak memiliki korelasi antar variabel independennya. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat ditinjau dari Variance Inflation Factor (VIF), dimana  $VIF < 10$  maka data tersebut bebas dari multikolinieritas dan apabila nilai tolerance  $> 0,10$  maka bebas dari multikolinieritas.

##### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah suatu uji asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi bias atau tidak dalam suatu analisis model regresi Inawati & Rahmawati (2023). Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui adanya penyimpangan asumsi error. Terdapat dua cara untuk dapat mengetahui ada atau tidaknya gejala Heteroskedastisitas pada suatu model regresi yaitu pertama dengan grafik *scatterplot* dan yang kedua dengan melihat nilai prediksi variabel terikat (*SRESID*) dengan error (*ZPRED*). Jika dianalisis berdasarkan grafik plotnya (*scatter*), apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol sumbu y maka dapat dipastikan tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas.

### 3.6.2 Uji Hipotesis

#### a. Regresi linier berganda

Regresi linier adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dan satu atau lebih variabel independen Adiguno,et,al, (2022). Dalam penelitian ini, variabel depen adalah kepuasan pelanggan (y), sementara variabel independennya adalah kebijakan harga (X1) dan kualitas layanan (x2).

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

Dimana:

Y : variabel dependen

a : intersep (nilai Y saat semua variabel independen sama dengan 0)

b1 : koefisien regresi untuk variabel independen X1 (kebijakan harga)

b2 : koefisien regresi untuk variabel independen X2

X1 : variabel independen pertama

X2 : variabel independen kedua

e : kesalahan (error term) yang mencakup semua faktor lain yang mempengaruhi Y tetapi tidak termasuk dalam model

b. Uji T

Digunakan sebagai pengaruh parsial pada masing masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pada uji T Edy, (2024) menggunakan taraf Sig. 5%. Dasar pengambilan keputusan untuk uji T antara lain:

- 1) Signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima
- 2) Signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui variabel bebas. Uji F adalah metode statistik yang digunakan untuk membandingkan varian di antara dua atau lebih kelompok. Uji ini pada umumnya digunakan dalam analisis varians (ANOVA) Dewi,et.al, (2023) untuk menentukan apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara rata rata dari beberapa kelompok. Uji F menguji hipotesis nol yang menyatakan bahwa semua populasi memiliki varians yang sama. Uji F untuk menguji adanya hubungan antara variabel dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Apabila probabilitas signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima atau  $H_1$  ditolak,
- 2) Apabila probabilitas signifikan  $n < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima.