

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Studio Foto Dewi Ambon yang berada di Jl. Samratulangi No. 40 , Sirimau, Kota Ambon Maluku. Penelitian ini dilakukan pada bulan 22 Desember 2022-04 Desember 2023.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian kuantitatif dengan metode survei. Menurut Sugiono (2008) penelitian survei digunakan untuk mendapatkan data tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, dan hubungan variabel. Penelitian ini dapat menguji beberapa hipotesis tentang variabel psikologi dan sosiologi dari sampel pada populasi tertentu.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Arikunto (2006) merupakan keseluruhan objek penelitian. Sedangkan menurut Hidayat (2004), populasi merupakan seluruh elemen yang digunakan untuk membuat beberapa generalisasi atau kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini berdasarkan teori tersebut maka yang akan diambil yaitu seluruh pelanggan yang sudah pernah menggunakan jasa Studio Foto Dewi Ambon Maluku.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2008) merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sedangkan pengertian sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini populasi tidak diketahui jumlahnya, oleh karena itu untuk menentukan jumlah sampelnya peneliti menggunakan metode Hair *et al* (1995), yang menyatakan bahwa jumlah sampel minimal adalah 5 kali dari jumlah indikator. Dimana indikator dari masing-masing variabel dalam penelitian ini berjumlah 18, sehingga jumlah sampel berdasarkan dari rumus tersebut adalah:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 5 \\ &= 18 \times 5 = 90 \text{ responden}\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang akan digunakan sebanyak 90 responden

D. Teknik Sampling

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan penelitian sampel non-probability sampling dengan jenis teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2008) *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan adanya kesamaan bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang dapat dikatakan sebagai secara sengaja mengambil sampel tertentu sesuai persyaratan seperti sifat-sifat, karakteristik, ciri, kriteria sampel.

E. Kriteria Populasi

Pada populasi ini pengambilan sampel diambil berdasarkan kriteria tertentu yang dilakukan oleh peneliti. Kriteria responden yang ditentukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Sampel berusia lebih dari 18 tahun karena diusia tersebut pelanggan mulai setia dalam menggunakan suatu produk atau jasa.
- b. Responden yang sudah pernah melakukan pembelian jasa maupun produk di Studio Foto Dewi Ambon, karena responden dianggap dapat menjawab pertanyaan mengenai kualitas produk, kualitas layanan dan harga yang diberikan.

F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yakni variabel *independent* atau bebas yang terdiri dari harga, kualitas pelayanan, kualitas produk dan variabel *dependent* atau terikat yaitu kepuasan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
Harga (X1)	Harga yang dibayarkan oleh konsumen foto Dewi Ambon.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga dari jasa dan produk Studio Foto Dewi Ambon 2. Daya saing harga Studio Foto Dewi Ambon 3. Konsistensi harga dengan kualitas produk dan jasa dari Studio Foto Dewi Ambon 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk dan jasa dari Studio Foto Dewi Ambon 	(Philiip Kotler, 1887)
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan foto terhadap konsumennya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesionalisme karyawan Studio Foto Dewi Ambon dalam memenuhi kepuasan konsumen 2. Sikap karyawan Studio Foto Dewi Ambon terhadap konsumen sesuai dengan pelayanan Studi Foto Dewi Ambon yang diterapkan. 3. Kemudahan akses pelayanan dari Studio Foto Dewi Ambon dalam hal memenuhi permintaan dan keinginan konsumen terhadap produk atau jasa yang ada 4. Keandalan dan Kepercayaan pelanggan Studio Foto Dewi Ambon terhadap pelayan yang diberikan 5. Pengendalian terhadap masalah pelayanan Studio Foto Dewi 	(Tjiptono, 2004)

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
		6. Kredibilitas pelanggan terhadap pelayanan dari Studio Foto Dewi Ambon.	
Kualitas Produk (X3)	Kualitas produk foto terhadap konsumennya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keistimewaan hasil foto dari Studio Foto Dewi Ambon 2. Kesesuaian dengan spesifikasi hasil foto dari Studio Foto Dewi Ambon 3. Daya tahan foto hasil dari Studio Foto Dewi Ambon 4. Estetika pengemasan dari Studio Foto Dewi Ambon 5. Kualitas produk yang disiapkan Studio Foto Dewi Ambon 	(Kotler dan Keller, 2009)
Kepuasan Konsumen (Y)	Perasaan senang atau kecewa dari konsumen Studio Foto Dewi Ambon yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari produk yang ditunjukkan terhadap kinerja atau hasil produk diharapkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan dari hasil Studio Foto Dewi Ambon 2. Minat berkunjung kembali konsumen Studio Foto Dewi Ambon 3. Kesiediaan merekomendasikan konsumen Studio Foto Dewi Ambon 	(Hawkins dan Lonney, 2004)

Sumber : Penelitian terdahulu

G. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif yang diperoleh dari hasil nilai kuersioner. Data yang didapat kemudian dianalisis menggunakan program IBM SPSS Statistics 25.

H. Sumber Data

Sumber data menurut Arikunto (2013) merupakan subjek asal data dapat diperoleh, sedangkan menurut Indrianto & Supomo (2013) menyatakan bahwa

sumber data merupakan faktor penting dalam penentuan metode pengumpulan data untuk mengetahui asal subjek data yang diperoleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Menurut Husein Umar (2013), data primer merupakan data dari sumber pertama yang berasal dari individu seperti hasil wawancara dan hasil dari pertanyaan kuesioner, sedangkan pendapat dari Indrianto & Supono (2013) menyatakan bahwa data primer diperoleh langsung dari sumber asli atau tidak melalui media perantara. Data primer yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari responden berupa tanggapan responden terhadap harga, kualitas layanan dan produk serta kepuasan responden pada Studio Foto Dewi Ambon.

Menurut Umar (2013), data sekunder merupakan data primer yang telah diolah dan diperoleh dari peneliti lain secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder yang dalam penelitian ini berasal dari penelitian terdahulu, artikel, jurnal, maupun sumber lainnya yang relevan dengan tujuan penelitian ini.

I. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner menurut Sugiono (2012) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Lembar kuesioner berisi instrumen pertanyaan yang efisien jika peneliti tahu variabel yang akan diukur dan diharapkan oleh responden. Daftar pertanyaan yang dibuat oleh peneliti disesuaikan berdasarkan variabel yang diteliti dan peneliti tidak memberikan kesempatan untuk responden untuk tidak menjawab diluar pertanyaan yang disediakan, sehingga peneliti mendapatkan data atau informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian.

J. Teknik Pengukuran Data dan Variabel Penelitian

Teknik pengukuran variabel dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan Skala Likert. Skala ini bertujuan untuk mengukur pendapat dan persepsi sekelompok individu mengenai fenomena yang terjadi. Menurut Sugiyono (2016), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat individu

atau kelompok mengenai fenomena sosial. Skala likert dapat menjabarkan variabel yang diukur menjadi suatu indikator yang kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur dalam menyusun instrumen penelitian. Instrumen tersebut berupa pertanyaan-pertanyaan dengan 5 alternatif jawaban yang dijabarkan pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Pengukuran Variabel

Pilihan Jawaban	Skor	Harga	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Kepuasan Konsumen
Sangat tidak setuju	1	Sangat tidak terjangkau	Sangat tidak baik	Sangat tidak berkualitas	Sangat tidak puas
Tidak Setuju	2	Tidak terjangkau	Kurang baik	Kurang berkualitas	Tidak puas
Netral	3	Cukup terjangkau	Cukup	Cukup berkualitas	Cukup puas
Setuju	4	Terjangkau	Baik	Berkualitas	puas
Sangat setuju	5	Sangat terjangkau	Sangat baik	Sangat berkualitas	Sangat puas

Sumber: Skala likert

K. Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesalihan suatu instrumen. Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur. Untuk mengetahui kevalidan pada masing-masing item dilakukan dengan membandingkan analisis SPSS dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir item dalam kuesioner tersebut dikatakan valid pada taraf signifikansi 5%.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir item dalam kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid pada taraf signifikansi 5%.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan sebagai pengumpul data karena instrumen yang dikumpulkan sudah dinyatakan baik dan instrumen tersebut cukup dapat

dipercaya. Uji ini bertujuan untuk mendapatkan tingkatan ketepatan atau keterandalan pada instrumen yang digunakan. Menurut Sugiyono (2016), suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil. Untuk mengetahui jika instrumen tersebut reliabel yakni dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai cronbach alpha $> 0,60$, maka instrumen yang digunakan dikatakan handal atau reliabel.
- 2) Apabila nilai cronbach alpha $< 0,60$, maka instrumen yang digunakan tidak handal atau tidak reliabel.

L. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah teknik analisis data yang digunakan dalam menganalisis data telah memenuhi asumsi klasik atau tidak. Adapun uji asumsi klasik sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Menurut Suharyadi & Purwanto (2009), uji normalitas merupakan kenormalana distribusi data pada analisis statistik parametrik. Uji normalitas bertujuan untuk melihat model regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas data menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas data yaitu apabila nilai signifikansi data lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), maka data dalam penelitian berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji model regresi antara variabel bebas dan variabel terikat apakah tidak terjadi multikolinieritas, artinya antar variabel penelitian tidak terjadi atau memiliki hubungan yang sempurna. Apabila antar variabel terjadi multikolinieritas, maka akan sulit mengetahui variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Menurut Suharyadi & Purwanto (2009) mengatakan bahwa adanya multikolinearitas yang sempurna akan berakibat koefisien regresi tidak dapat ditentukan dan standar deviasi akan menjadi tidak terhingga, namun

jika multikolinieritas kurang sempurna maka koefisien regresi akan mempunyai standar deviasi yang besar. Hasil uji ini dapat dilihat berdasarkan nilai *tolerance* dan *variate inflation factor* (VIF). Nilai toleransi lebih dari 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa data antar variabel tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dengan residual lainnya atau tidak. Uji ini sebagai varian yang tidak homogen. Model regresi yang baik merupakan data yang tidak terjadi heteroskedastisitas yang ditunjukkan dengan nilai taraf signifikansi lebih besar dari 5%. Menurut Sulhan (2009), heteroskedastisitas diuji menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman. Model ini akan mengkorelasikan antara absolute residual hasil regresi dengan semua variabel bebasnya.

M. Teknik Analisis Data

1. Rentang Skala

Pengukuran rentang skala digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yakni harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen di Studio Foto Dewi Ambon melalui rumus sebagai berikut:

$$R_s = \frac{n(m-1)}{m} \longrightarrow \frac{90(5-1)}{5} = 72$$

Keterangan:

R_s = rentang skala

N = 90 (jumlah responden)

M = jumlah alternatif jawaban (5)

Hasil perhitungan nilai rentang data didapatkan nilai rentang skala 72 yang disajikan pada tabel penilaian variabel sebagai berikut:

Tabel 4. Penilaian Variabel dan Rentang Skala

Rentang skala	Harga	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Kepuasan Konsumen
90-161	Sangat tidak terjangkau	Sangat tidak baik	Sangat tidak berkualitas	Sangat tidak memuaskan
162-233	Tidak Terjangkau	Kurang baik	Kurang berkualitas	Tidak memuaskan
234-305	Cukup terjangkau	Cukup	Cukup berkualitas	Cukup memuaskan
306-377	Terjangkau	Baik	Berkualitas	Memuaskan
378-450	Sangat terjangkau	Sangat baik	Sangat berkualitas	Sangat memuaskan

Sumber : Perhitungan rentang skala

Berdasarkan Tabel 4 dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Nilai rentang skala 90-161 menunjukkan nilai variabel harga sangat rendah, kualitas pelayanan yang sangat tidak baik, produk yang sangat tidak berkualitas, dan konsumen yang sangat tidak puas.
- 2) Nilai rentang skala 162-233 menunjukkan nilai variabel harga rendah, kualitas pelayanan yang kurang baik, produk yang kurang berkualitas, dan konsumen yang tidak puas.
- 3) Nilai rentang skala 234-305 menunjukkan nilai variabel harga cukup, kualitas pelayanan yang cukup, produk yang cukup berkualitas, dan konsumen cukup puas.
- 4) Nilai rentang skala 306-377 menunjukkan nilai variabel harga tinggi, kualitas pelayanan yang baik, produk yang berkualitas, dan konsumen yang puas.
- 5) Nilai rentang skala 378-450 menunjukkan nilai variabel harga sangat tinggi, kualitas pelayanan yang sangat baik, produk yang sangat berkualitas, dan konsumen yang sangat puas.

2. Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Menurut Sugiyono (2010), analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan keadaan variabel independen sebagai faktor prediktor. Teknik ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Persamaan analisis regresi berganda menurut Sugiono (2010:275) dapat dijabarkan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = kepuasan konsumen

a = bilangan konstanta

b1, b2, b3 = koefisien regresi masing-masing variabel bebas

X1 = variabel harga

X2 = variabel kualitas pelayanan

X3 = variabel kualitas produk

e = variabel pengganggu

N. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji parsial atau uji T yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji kemaknaan koefisien parsial, artinya untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel bebas yaitu harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap variabel terikat yakni kepuasan konsumen. Dasar pengambilan keputusan uji T sebagai berikut:

- a. Jika $T_{tabel} > T_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

- b. Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien determinasi (R^2) dari hasil analisis regresi berganda pada penelitian menunjukkan seberapa besar variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi yaitu 0 hingga 1. Semakin mendekati 0, maka semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikatnya dan semakin mendekati 1 maka semakin besar pula pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari hasil pengolahan data melalui program SPSS.

