

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Dalam sebuah studi, subjek utama yang akan diteliti adalah elemen atau fitur yang dapat digunakan sebagai sumber data dan informasi yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis. Sugiyono (Sugiyono, 2016) sering menjelaskan objek penelitian sebagai suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Oleh karena itu, objek penelitian harus didefinisikan secara jelas agar peneliti dapat membatasi ruang lingkup studi dan mengumpulkan data yang relevan.

Objek dalam penelitian ini adalah usaha minuman Say Story di Surakarta, khususnya di cabang The Park Mall. Sedangkan untuk subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di usaha minuman Say Story, dengan cara ini peneliti dapat mengumpulkan data dari kuesioner yang diisi oleh responden atau konsumen tersebut.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif karena penelitian ini menggambarkan suatu variabel yang diteliti menggunakan

data yang bersifat angka hasil dari kuesioner atau angket. Sugiyono (Sugiyono, 2016) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai pendekatan yang berakar pada filsafat positivisme. Metode ini diterapkan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan cara mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian. Data yang terkumpul bersifat numerik atau statistik dan tujuan utamanya adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

C. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini, data primer digunakan untuk menguji hipotesis. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016). Ini menekankan pada format tertulis dan pengisian mandiri oleh responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada dan telah dikumpulkan serta diolah oleh pihak lain (bukan peneliti sendiri) untuk tujuan yang

berbeda dari penelitian yang sedang dilakukan. Data sekunder dapat diperoleh dari buku, jurnal, majalah, dan situs internet untuk mendukung penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan berasal dari laporan dan catatan usaha minuman Say Story sendiri serta jurnal ilmiah atau artikel yang berkaitan dengan penelitian ini.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Secara umum, populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang akan diteliti. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, populasi yang akan diteliti tidak diketahui jumlahnya atau bersifat *infinite* yang berarti tidak terhingga, yaitu konsumen Say Story di kota Surakarta.

2. Sampel

Sampel adalah cuplikan dari populasi atau bagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti. Sugiyono (Sugiyono, 2016) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel dilakukan karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya untuk meneliti seluruh populasi.

Oleh karena itu, hasil pengambilan sampel dari sebuah perwakilan populasi harus representatif. Representatif berarti sampel yang kemungkinan besar memiliki karakteristik populasi yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi yang bersifat *infinite*, digunakan metode *Hair et al.*

Rumus: $n = \text{jumlah indikator} \times (5-10)$

Maka besaran sampel dalam penelitian ini adalah:

Total 17 indikator

$n = 17 \times 5$ (minimal)

$n = 85$

$n = 17 \times 10$ (maksimal)

$n = 170$

Maka, sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 100 responden.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan pendekatan Purposive Sampling. Non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang ditemukan atau ditentukan sendiri oleh peneliti, artinya setiap anggota populasi tidak memiliki

kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel. Lebih lanjut, peneliti menggunakan Purposive sampling, yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu (Sugiyono, 2016). Alasannya adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan apa yang ditentukan peneliti. Berikut kriteria sampel yang diambil dalam penelitian ini:

1. Konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Say Story di Surakarta minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir.
2. Konsumen yang berusia 18-40 tahun (rentang usia yang paling aktif menggunakan media sosial dan memiliki kemampuan untuk membuat keputusan pembelian).
3. Konsumen yang memiliki akun media sosial (Instagram, Facebook, Twitter, dll.) dan aktif menggunakan media sosial minimal 1 jam per hari.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan suatu metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari berbagai sumber tertulis. Proses ini menekankan pada analisis mendalam terhadap literatur yang

relevan, termasuk jurnal ilmiah, artikel, dokumen dan juga buku. Tujuan dari studi pustaka adalah untuk memahami konteks, teori, dan temuan sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, serta untuk mengidentifikasi celah dalam pengetahuan terdahulu yang dapat dijadikan dasar untuk penelitian lebih lanjut. Dalam studi pustaka, peneliti biasanya melakukan beberapa langkah berikut:

- a. Identifikasi Sumber: Mencari dan memilih sumber-sumber yang relevan dengan topik penelitian.
- b. Pengumpulan Data: Mengumpulkan informasi dari sumber-sumber yang telah diidentifikasi.
- c. Analisis dan Sintesis: Menganalisis informasi yang diperoleh dan menyintesisnya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang topik.
- d. Penulisan: Menyusun hasil studi pustaka dalam bentuk laporan atau bagian dari skripsi atau tesis.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat untuk mengumpulkan data primer yang terdiri dari serangkaian pertanyaan yang dirancang guna memperoleh informasi dari responden mengenai suatu topik tertentu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kuesioner dapat diterapkan di berbagai bidang seperti penelitian sosial, kesehatan, dan pendidikan. Kuesioner umumnya memiliki beberapa karakteristik berikut:

- a. Struktur: Tergantung pada jenis pertanyaan, kuesioner dapat bersifat terstruktur, semi-terstruktur, atau tidak terstruktur. Pertanyaan dapat berupa pilihan ganda, skala Likert, atau pertanyaan terbuka.
- b. Tujuan: Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan data yang spesifik seperti opini, sikap, perilaku, atau informasi demografis responden.
- c. Distribusi: Kuesioner dapat disebarakan secara langsung, misalnya dalam bentuk kertas atau melalui *platform* digital secara *online*.
- d. Analisis: Tergantung pada jenis pertanyaan yang digunakan, data yang dikumpulkan dari kuesioner dapat dianalisis secara kuantitatif atau kualitatif.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjabaran yang terperinci dan spesifik mengenai cara suatu variabel akan diukur atau diidentifikasi dalam sebuah penelitian. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan pemahaman yang seragam dan konsisten tentang variabel, sehingga baik peneliti maupun pembaca dapat menginterpretasikan maknanya secara akurat dalam konteks studi tersebut. Dalam definisi operasional, variabel dijelaskan melalui komponen yang dapat diukur atau diamati secara langsung. Komponen ini mencakup:

1. Pengukuran: Menguraikan instrumen atau metode yang akan dipakai, seperti kuesioner, skala, atau teknik observasi.

2. Indikator: Menentukan indikator-indikator khusus yang digunakan untuk menilai variabel. Sebagai contoh, jika variabelnya adalah “kepuasan konsumen”, indikatornya bisa berupa penilaian terhadap produk, layanan, atau pengalaman secara keseluruhan.
3. Kriteria: Menetapkan batasan atau kriteria yang tegas untuk mengklasifikasikan data yang telah dikumpulkan.

Dengan adanya definisi operasional yang jelas, proses penelitian menjadi lebih sistematis, hasilnya dapat direplikasi oleh peneliti lain, serta memudahkan dalam analisis dan interpretasi data.

Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel bebas adalah anteseden serta variabel terikat adalah konsekuensi. Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini adalah Promosi Media Sosial (X1), Persepsi Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3), sedangkan untuk variabel dependen atau variabel terikat pada penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 2. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Pengukuran
Promosi Media Sosial (X1)	Promosi bisa dikatakan sebagai salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk menyebarkan informasi, memengaruhi, membujuk, atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dengan tujuan menjadikan masyarakat bisa menerima, membeli, dan juga royal terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan (Tjiptono, F ; Anastasia, 2016).	1. <i>Context</i> (Konteks) 2. <i>Communication</i> (Komunikasi) 3. <i>Collaboration</i> (Kolaborasi) 4. <i>Connection</i> (Koneksi)	Menggunakan Skala Likert (1-5)
Persepsi Harga (X2)	Persepsi Harga adalah bagaimana konsumen memandang harga yang diberikan perusahaan dan menilai apakah harga yang ditetapkan perusahaan sudah sesuai dengan manfaat maupun sesuai dengan produk yang dijual (Kotler & Keller, 2016).	1. Keterjangkauan harga 2. Daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Menggunakan Skala Likert (1-5)
Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2016).	1. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) 2. <i>Reliability</i> (Keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) 4. <i>Assurance</i> (Jaminan) 5. <i>Empathy</i> (Empati)	Menggunakan Skala Likert (1-5)

Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan Konsumen didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang dialami individu akibat perbandingan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk atau jasa dengan harapan yang dimilikinya (Kotler & Keller, 2016).	1. Harapan (<i>Expectations</i>) 2. Kinerja yang Dirasakan (<i>Perceived Performance</i>) 3. Diskonfirmasi (<i>Disconfirmation</i>) 4. Respons Emosional (<i>Emotional Response</i>)	Menggunakan Skala Likert (1-5)
-----------------------	--	---	--------------------------------

Penyelesaian penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Dalam penelitian ini, analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantifikasi data-data penelitian ke dalam bentuk angka dengan menggunakan skala Likert. Dengan alternatif pilihan 1 sampai dengan 5 jawaban pertanyaan. Dengan bobot skor yaitu:

Tabel 3. Skala Likert

Keterangan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
BOBOT	5	4	3	2	1

G. Teknik Analisis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini, teknik analisis data menggunakan program SPSS, yang memasukkan hasil operasionalisasi variabel yang akan diuji. Teknik analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Dengan kata lain, instrumen yang valid berarti instrumen tersebut mampu mengukur apa yang ingin diukur. Kriteria penilaian uji Validitas adalah: Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner tersebut valid. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas didefinisikan sebagai instrumen yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut baik. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2016). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 (Cronbach Alpha $> 0,60$).

Jika reliabilitas kurang dari 0,6, maka dianggap tidak reliabel. Jika reliabilitas berada pada kisaran 0,7 akan diterima, dan 0,8 maka dianggap reliabel. Perhitungan reliabilitas dapat menggunakan bantuan independen program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data terdistribusi normal atau tidak. Kriterianya, jika signifikansi yang diperoleh $> 0,05$, maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika yang diperoleh $< 0,05$, maka data tidak terdistribusi normal. Untuk menguji normalitas, digunakan uji statistik parametrik Kolmogrov-Smirnov (K-S).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji model regresi apakah ada korelasi antarvariabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (Variance Inflation Factors). Adanya multikolinearitas ditunjukkan dengan nilai *tolerance* $\geq 0,01$ atau $VIF \leq 10$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang ideal

yaitu yang tidak terjadi heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Untuk mendeteksi gejala ini, dapat dilakukan uji Glejer. Uji Glejer dilakukan dengan cara meregresikan absolut residual terhadap variabel independen. Model regresi yang baik adalah yang memenuhi syarat homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Model dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi 5%.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (promosi media sosial, persepsi harga, dan kualitas pelayanan) dan variabel dependen (kepuasan konsumen). Persamaan regresi linear berganda yaitu:

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

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = bilangan konstanta

b₁ = koefisien regresi dari variabel X₁ (Promosi Media Sosial)

b₂ = koefisien regresi dari variabel X₂ (Persepsi Harga)

b_3 = koefisien regresi dari variabel X_3 (Kualitas Pelayanan)

X_1 = Promosi Media Sosial

X_2 = Persepsi Harga

X_3 = Kualitas Pelayanan

e = faktor kesalahan

b. Uji Parameter Individual atau Parsial (t)

Uji Parsial digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen (promosi media sosial, persepsi harga, dan kualitas pelayanan) secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t_{hitung} .

$$H_1 : b_i = 0$$

Artinya, secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$H_1 : b_i \neq 0$$

Artinya, secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Ho diterima, apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

Ho diterima, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antara variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap variabel dependen (Y). Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) adalah besar terhadap variabel dependen (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap variabel dependen (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen.

Dalam proses pengolahan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan sebuah program software, yaitu SPSS (Statistical Package for

the *Social Sciences*). SPSS adalah sebuah program software yang memang dirancang untuk menganalisis statistik data. SPSS menyediakan berbagai metode analisis statistik, mulai dari analisis deskriptif, uji hipotesis, regresi, analisis varians (ANOVA), hingga analisis multivariat. Hasil analisis dapat diekspor ke berbagai format, seperti Microsoft Word, Excel, atau PDF, untuk memudahkan penyajian dan pelaporan. SPSS banyak digunakan oleh peneliti, akademisi, dan profesional di berbagai bidang untuk membantu dalam pengambilan keputusan berbasis data dan juga untuk mendukung penelitian ilmiah.