

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian dengan menggunakan kuantitatif dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini akan menjelaskan hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti, yaitu pengaruh variabel fitur produk, *personal selling* dan desain produk terhadap variabel kepuasan pelanggan. Penelitian kuantitatif digunakan karena data yang akan digunakan untuk menganalisis pengaruh antar variabel dinyatakan dengan angka”.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah dimana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti dalam menggunakan sumber data primer dan sekunder. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan sumber data adalah sebagai berikut:

1. Data primer.

Data primer adalah data yang didapat peneliti dan dikumpulkan langsung dari objek yang akan diteliti.

Menurut (Sugiyono, 2018:23) sumber data yang di dapatkan langsung kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini dapat melalui dari penyebaran kuesioner kepada konsumen pengguna Vivo di Kota Medan.

2. Data sekunder.

Data sekunder merupakan jenis data yang tidak diperoleh dari sumber utama, tetapi sudah melalui dari sumber kesekian. Menurut Sugiyono (2019:93) data Sekunder adalah salah satu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, yang dimana sumber data sekunder diperoleh penulis dari referensi serta jurnal yang terkait.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan observasi serta memperoleh data-data yang dibutuhkan peneliti dalam hal ini data perusahaan. Adapun penelitian dilakukan pada pengguna *Smartphone* Vivo Di Kota Medan.

3.2.1. Waktu Penelitian

Waktu merupakan kapan penelitian dilakukan dan dilaksanakan. Penelitian ini akan dilakukan mulai dari bulan April 2024 sampai bulan September 2024.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																	
		April-24			Mei-24			Juni-24			Juli-24			Agus-24			Sep-24		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
1	Pengajuan Judul																		
2	Pra Riset																		
3	Penulisan Proposal																		
4	Bimbingan Proposal																		
5	Seminar Proposal																		
6	Pengolahan Data																		
7	Bimbingan Skripsi																		
8	Sidang Meja Hijau																		

Sumber: Data Diolah

3.1. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2018) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian populasi di atas, maka yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna Vivo di Kota Medan.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi itu, Sugiyono (2020) sampel merupakan salah satu faktor yang penting dan harus diperhatikan dalam melakukan penelitian, karena sampel merupakan bagian dari populasi sehingga memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data. Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dan jumlah responden ditentukan dengan menggunakan *Accidental Sampling*.

Accidental Sampling merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang pengguna Vivo Di Kota Medan. Penentuan sampelnya menggunakan rumus *Lemeshow* (Snedecor dan Chocran 2019) dikarenakan populasi yang tidak diketahui sebagai berikut.

$$n = \frac{z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error = 10%

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1,92^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{10^2}$$

$$n = \frac{3,8416,0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{96}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100 \text{ responden}$$

3.2. Definisi Operasional Aspek Pengukuran Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Kepuasan Pengguna (Y).	Menurut Kotler (2018) menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan tingkat yang di hasilkan atau hasil yang dirasakan.	1. Terpenuhinya harapan konsumen 2. Sikap menginginkan menggunakan produk 3. Merekomendas ikan produk ke pihak lain. 4. Kualitas layanan loyal 5. Reputasi yang baik Kotler (2018:76)	<i>Likert</i>
2	Fitur Produk	Menurut Fandy Tjiptono	1. Kelengkapan	<i>Likert</i>

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	(X1)	(2019) fitur produk merupakan suatu unsur–unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan juga dijadikan dasar pada pengambilan keputusan pembelian.	aplikasi fitur 2. Kesesuaian fitur dengan kebutuhan 3. Kemudahan dalam mengakses 4. Jenis aplikasi dalam smartphone Usmara dalam Widiyartanto et al (2019)	
3	Personal Selling (X ₂)	Menurut (Kotler & Amstrong, 2019) <i>personal selling</i> adalah presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan dengan tujuan melakukan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan.	1. Kemampuan komunikasi 2. Pengetahuan produk 3. Kreativitas 4. Empati Gunasekharan et al, (2018).	<i>Likert</i>
4	Desain Produk (X ₃)	Menurut Gitosudarmo (2019:192), desain atau bentuk produk merupakan atribut yang sangat penting untuk mempengaruhi konsumen, agar konsumen tertarik dan kemudian membelinya.	1. Ciri-Ciri 2. Kinerja 3. Mutu Kesesuain 4. Daya Tahan 5. Daya Uji Kotler (2019:254)	<i>Likert</i>

Sumber: Data Di olah

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner/Angket

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan adalah menggunakan kuesioner. (Sugiyono, 2018) angket merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi kesepakatan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Angket ini merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dalam melakukan pengukuran atas jawaban dari angket-angket tersebut yang dilakukan kepada responden, skala yang digunakan adalah skala Likert.

Tabel 3.3
Skala Likert

Jawaban	Simbol	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu – Ragu	RR	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Malhotra (2019)

2. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2018) Wawancara adalah suatu percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Wawancara digunakan sebagai tehnik pengumpulan data atau informasi apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal hal dari responden yang akan lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

3. Observasi

Observasi yang dilakukan di Kota Medan bertujuan untuk mengidentifikasi dan mencari beberapa informasi yang dapat dikumpulkan. Pengumpulan data melalui observasi yang dilakukan dengan melihat langsung bagaimana kondisi pengguna Vivo Di Kota Medan.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid memiliki arti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Hal ini tidak berarti bahwa menggunakan instrumen yang telah teruji validitasnya, otomatis hasil (data) penelitian menjadi valid. (Sugiyono, 2018). Di uji validitas ini peneliti akan menyebar kuesioner sebanyak 30 kuesioner di perusahaan yang lain tetapi bergerak dibidang yang sama atau sejenis, perusahaan yang akan peneliti sebar kuesioner adalah *Store Smartphone Vivo Di Kota Medan*, Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument dianggap valid. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument di anggap tidak valid.

3.6.2 Uji Realibilitas

Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang tidak teruji reliabilitasnya bila digunakan untuk penelitian akan menghasilkan data yang sulit dipercaya kebenarannya. Instrumen yang reliabel belum tentu valid. Reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen. Oleh karena itu walaupun instrumen yang valid umumnya pasti reliabel, tetapi pengujian reliabilitas perlu dilakukan (Sugiyono, 2018). Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan

indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis dan menyajikan data kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui gambaran perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Dengan menggunakan statistik deskriptif maka dapat diketahui nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (Ghozali, 2019).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang dibuat dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel penelitian memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2017:160). Dilakukan dengan uji Kolmogorov Smirnov. Dengan kriteria

1. Jika signifikansi perhitungan data (Sig) > 5% maka data berdistribusi normal
2. Jika signifikansi perhitungan data (Sig) < 5% maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah variabel independen terdapat korelasi atau tidak, suatu model regresi yang baik merupakan suatu model yang tidak terjadi korelasi antara variabel independennya. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas, dilakukan dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. (Gozali, 2019)

Tolerance dan *Variance Influence Factor* (VIF) dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF > 10 dan Tolerance < 0,1 Maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas
- 2) Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 Maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Dalam menguji heterokedastisitas

peneliti menggunakan cara uji Glejser. (Sugiyono,2021) Dasar pengambilan keputusan uji heterokedastisitas Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

- a. Jika Nilai Signifikan, lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.
- b. Sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linear berganda adalah regresi yang didalamnya terdapat satu variabel dependen (Y) dan lebih dari satu variabel independen (X), variabel dependen adalah variabel yang terikat yang dipengaruhi oleh variabel independen atau bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Fitur Produk, *Personal Selling* Dan Desain Produk sedangkan variabel independennya adalah Kepuasan Pengguna Vivo Di Kota Medan

Secara parsial, variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat jika nilai sig < nilai signifikan (*alpha*) atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Secara simultan keseluruhan variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat jika nilai sig < nilai signifikan (*alpha*) atau $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pengguna

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien variabel independen

X_1 = Fitur Produk

X_2 = *Personal Selling*

X_3 = Desain Produk

ε = *Error*

3.7.4 Uji Hipotesis

Pembuktian hipotesis ini dilakukan melalui tiga pengujian, yaitu uji statistik T, uji statistik F dan uji determinasi.

3.7.4.1 Uji Parsial Secara Individu (Uji T)

Uji parsial (uji t) menunjukkan seberapa jauh pengaruh dari variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas signifikan $> 0,05$ atau $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka hipotesis di tolak, Hipotesis di tolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai probabilitas signifikan $< 0,05$ atau $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka hipotesis di terima, Hipotesis di terima secara positif yang artinya bahwa variabel independen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Menurut Sugiyono (2018:109) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Distribusi

r = Koefisien korelasi parsial

r² = Koefisien determinasi

n = jumlah data

3.7.4.2 Uji Simultan Secara Serentak (Uji F)

Uji F juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi sama dengan 0. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi f_{hitung} dengan ketentuan: jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ pada α 0.05, maka H_1 ditolak, dan jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ pada α 0.05, maka H_1 diterima. Rumus F tabel adalah sebagai berikut

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Keterangan:

r² = Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

3.7.5 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Imam Ghazali (2018) Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan

variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah nol (0) dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel variabel independen dalam menjelaskan variabel variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Koefisien Determiasi (Kd) dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien kuadrat korelasi ganda