

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di Toko Baju Cilapop yang beralamatkan di Jln. Yumaga no.43 Benggala, Kota Serang, Banten. Adapun waktu penelitian skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi di Toko Baju Cilapop)” mulai dari tanggal 10 Juli 2017 sampai dengan tanggal 22 September 2017.

B. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.¹ Dari data yang diperoleh melalui penelitian ini yaitu konsumen Toko Baju Cilapop sebesar 110 orang konsumen yang diambil rata-rata setiap harinya.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.² Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* yaitu tehnik pengambilan sampling yang tidak

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cet-16 (Bandung: Alfabeta, 2013). 117.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cet-16, (Bandung: Alfabeta, 2013). 66.

memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sample dihitung berdasarkan rumus Slovin, maka untuk menentukan ukuran sample digunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai persepsi (ditentukan dalam contoh ini sebesar 10% = 0,1)

1 = Konstanta

Berikut ini perhitungan untuk menentukan seberapa banyak sampel yang harus digunakan dengan menggunakan rumus slovin:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\ &= \frac{110}{1 + 110 (0,1)^2} = \frac{110}{1 + 110 (0,01)} = \frac{110}{1 + 1,1} \\ &= \frac{110}{2,1} = 52,3 \text{ dibulatkan menjadi } 52 \text{ konsumen} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dengan pembulatan maka sampel ditetapkan sebanyak 52 konsumen sebagai responden.

C. Jenis Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode ini dimaksudkan untuk menggambarkan fakta mengenai pengaruh

strategi penetapan harga terhadap tingkat kepuasan konsumen di Toko Baju Cilapop Benggala, Serang-Banten.

Dalam metode penelitian kuantitatif ada beberapa pendekatan yang dapat dipilih, maka dalam pelaksanaan penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang mengkaji dua hal atau lebih.³

Dengan demikian, maka jelas bahwasannya dalam hal ini dimaksudkan sebagai upaya untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh strategi penetapan harga terhadap tingkat kepuasan konsumen.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Pengumpulan Data

a. Kuesioner/Angket

Kuesioner/angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden.⁴

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan Ketujuh, (Bandung: CV. Alfabeta, 2014). 126.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2014), Cet-16, 199.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.⁵

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini, ada dua macam data yang diperoleh penulis, yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.⁶ Data ini berasal dari informasi yang dikumpulkan dari hasil penyebaran angket atau kuesioner.
- b. Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau yang digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya.⁷ Dalam hal ini penulis memperoleh data atau informasi yang diambil dari buku-buku, jurnal, internet, dan kepustakaan lain sebagai bahan penunjang penelitian yang berkaitan dengan pembahasan ini.

⁵ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian "Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17"*, (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 134.

⁶ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian "Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17"*, 128.

⁷ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian "Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17"*, 128.

3. Pengukuran Skala

Skala pengukuran merupakan proses kuantitatif, yaitu pencantuman bilangan atau prosedur pemberian angka pada suatu objek terhadap karakteristik berdasarkan peraturan tertentu.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert, yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala likert memiliki dua bentuk pernyataan, positif dan negatif. Bentuk jawaban skala likert terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.⁸ Cara mengumpulkannya yaitu dengan memberikan responden sebuah pertanyaan atau pernyataan dan kemudian dari jawaban tersebut diberikan skor dalam tabel berikut.

Tabel 3.1
Skor Skala Likert

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Syofian Siregar (2015)

⁸ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian "Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17"*, (Jakarta: Rajawali Press, 2015). 138.

E. Teknik Analisis Data

1. Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Umar validitas adalah istilah yang dipakai untuk menyatakan sejauh mana data yang ditampung pada suatu kuesioner akan mengukur apa yang diukur.⁹

Cara menguji validitas dengan menghitung korelasi antar skor masing-masing pertanyaan dan skor total dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment*, seperti berikut ini:¹⁰

$$r_{XY} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi

$\sum X$ = Jumlah skor item

$\sum Y$ = Jumlah skor total (seluruh item)

n = Jumlah responden

Dengan ketentuan:

- a) jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka data tersebut dapat dinyatakan valid.
- b) jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka data dapat dinyatakan tidak valid.

⁹ Husain Umar, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004). 76.

¹⁰ Singarimbun, Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 2005). 137.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Umar reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur kita gunakan berulang kali.¹¹

Suatu instrumen sudah reliabel sebagai alat pengumpul data apabila memberikan hasil ukuran yang sama terhadap suatu gejala pada waktu yang berlainan. Untuk menguji reliabilitas, menurut Arikunto dapat menggunakan rumus *Alpha Cornbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Dimana :

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t = Varians total

k = Jumlah item

Menurut Singarimbun instrumen dikatakan reliabel, jika hasil perhitungan memiliki koefisien keandalan (*reliabilitas*) sebesar $\alpha = 0,05$ atau lebih.

2. Uji Asumsi Klasik

Agar dapat diperoleh nilai pemerkiraan yang tidak bias dan efisien dari persamaan regresi, maka dalam pelaksanaan analisis data harus memenuhi

¹¹ Husain Umar, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametik*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004). 77.

beberapa asumsi klasik sebagai berikut (pengolahan data dengan komputerisasi menggunakan program SPSS):

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sample kecil.¹²

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.¹³ Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat daripada runtun waktu, maupun juga lebih sering muncul dalam analisis yang menggunakan data rata-rata. Uji heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji *scatterplot*.

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan hubungan secara linier antara suatu variabel yang berupa variabel terkait (Y) dengan

¹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013). 154.

¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 134.

variabel bebas (X). Regresi sederhana ini menyatakan hubungan kualitas antara dua variabel terkait berdasarkan nilai variabel bebas. Persamaan yang dipergunakan untuk memprediksi nilai variabel Y disebut dengan persamaan regresi. Bentuk umum dari persamaan regresi dinyatakan dengan persamaan matematika, yaitu:¹⁴

$$Y = a + bX$$

Dimana:

X : Variabel bebas (Strategi Penetapan Harga)

Y : Variabel terkait (Tingkat Kepuasan Konsumen)

a : Konstanta

b : Angka arah koefisien regresi

4. Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain.¹⁵ Untuk mengetahui seberapa kuat tingkat keeratan hubungan koefisien korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Dengan penaksiran besarnya korelasi yang digunakan yaitu:

¹⁴ Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis “disertai contoh proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen”*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014). 132.

¹⁵ Husain Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014). 104.

Tabel 3.2
Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00-0,199	Sangat Rendah
2	0,20-0,399	Rendah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Husain Umar (2014)

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien detrminasi (R^2) merupakan tingkat pengaruh variabel X terhadap variabel Y yang dinyatakan dalam presentase (%). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) sampai 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variassi variabel dependen.

6. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya. Jika yang dihipotesiskan adalah masalah statistik, maka hipotesis ini disebut

hipotesis statistik.¹⁶ Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan bermakna atau tidak maka digunakan perhitungan uji statistik. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji t (uji parsial) untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

r : Koefisien regresi

n : Jumlah responden

t : Uji hipotesis

Dengan ketentuan jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka berpengaruh signifikan, namun jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($t_{hitung} < t_{tabel}$) maka data dapat dinyatakan tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, bisa dilihat dari nilai signifikansi jika nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 5% (0,05) (nilai sig < 0,05) maka dapat dinyatakan terdapat pengaruh yang signifikan, sebaliknya jika (nilai sig > 0,05) maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

F. Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Setiap variabel yang

¹⁶ Husain Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), 104.

telah ditetapkan harus diberi definisi operasionalnya. Definisi operasional variabel penting bagi peneliti lain yang ingin mengulangi penelitian tersebut. Selain itu operasional variabel dipergunakan untuk menentukan alat-alat ukur apa saja yang dipergunakan dalam penelitian. Operasional variabel dibuat untuk memudahkan pengumpulan data dan menghindari perbedaan interpretasi serta membatasi ruang lingkup variabel.

Dalam penelitian ini, variabel yang akan diteliti dikelompokkan menjadi dua yaitu:

1. Pengaruh strategi penetapan harga sebagai variabel bebas (*independent variabel*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen sebab perubahan pada variabel dependen (terkait), dimana variabel bebas merupakan pengaruh strategi penetapan harga (X).
2. Tingkat kepuasan konsumen sebagai variabel terkait (*dependent variabel*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya, dimana variabel terkait merupakan tingkat kepuasan konsumen (Y).

Tabel 3.3
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan
Strategi Penetapan Harga	Strategi penetapan harga yaitu perusahaan/penjual harus memutuskan harga produk yang paling tepat. Menetapkan harga akan mudah apabila	Keterjangkauan harga	1, 2
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3, 4

	dilakukan dengan sistematis. Strategi penetapan harga merupakan hal yang mendasar bagi keberhasilan tiap kegiatan bisnis. (Justis G. Longenecker, dkk)	Daya saing harga	5, 6
		Kesesuaian harga dengan manfaat	7, 8
Tingkat Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. (Philip K & K.L Keller)	Kepuasan Pelanggan Keseluruhan	1, 2
		Konfirmasi harapan	3, 4
		Minat Pembelian Ulang	5, 6
		Kesediaan Untuk Merekomendasi	7, 8