

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang. Pemilihan tempat ini didasarkan pada pertimbangan penulis, karena pada saat pandemi Covid-19 pemerintah beberapa kali menerapkan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) di wilayah Kabupaten Tangerang. Sehingga masyarakat yang berbelanja daring semakin meningkat saat terjadinya pandemi Covid-19. Penelitian ini berlangsung selama 7 bulan. Rincian kegiatan penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3 1
Schedule Penelitian 2021

No	Jenis Kegiatan	Pelaksanaan Penelitian						
		Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
1.	Penyusunan proposal penelitian	■						
2.	Penyusunan dan Revisi Bab 1, 2 dan 3		■	■	■			
3.	Pengumpulan data penelitian					■		
4.	Pengolahan data penelitian						■	
5.	Penyusunan dan Revisi Bab 4 dan 5						■	
6.	Penyusunan laporan penelitian (finalisasi skripsi)							■
7.	Pelaksanaan Sidang Munaqasyah							■

B. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

2. Indikator Penelitian

a. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu kondisi fisik, sifat, dan fungsi produk, baik itu produk barang atau produk layanan jasa, berdasarkan tingkat mutu yang disesuaikan dengan durabilitas, reliabilitas, serta mudahnya penggunaan, kesesuaian, perbaikan serta komponen lainnya yang dibuat untuk memenuhi kepuasan dan juga kebutuhan pelanggan.¹ Untuk menentukan produk yang berkualitas dan tidak berkualitas, maka perlu dibuat suatu acuan yang berupa indikator. Indikator pengukuran kualitas produk menurut Tjiptono mengemukakan, bahwa kualitas produk memiliki beberapa pengukuran antara lain:²

- 1) Kinerja (*Performance*)
- 2) Keistimewaan tambahan (*features*)
- 3) Keandalan (*reliability*)

¹ “Kualitas Produk Adalah: Pengertian, Dimensi dan Pengaruhnya Pada Konsumen” <https://accurate.id>, diakses pada 2 Juli 2021, pukul 05.32 WIB.

² Eva Cahya, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series di Counter Insight Plaza Marina Surabaya”..., h. 5

- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*)
- 5) Daya tahan (durability)
- 6) Estetika (aesthetics)
- 7) Dimensi kemudahan perbaikan (*serviceability*)

b. Kepuasan Pelanggan

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mengatakan bahwa “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”³. Jika kinerja di bawah harapan maka konsumen akan kecewa, jika kinerja sama dengan harapan konsumen merasa puas, dan jika kinerja berada di atas harapan maka konsumen akan merasa gembira. Pada umumnya kepuasan memiliki beberapa indikator. Tjiptono mengemukakan, bahwa indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari:⁴

- 1) Kesesuaian harapan,
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) kesediaan merekomendasikan

³ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan...*, h. 82-83.

⁴ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan...*, h. 92.

Tabel 3 2
Definisi dan Oprasional Variabel

Variabel	Definisi Oprasional Variabel	Indikator
Kualitas Produk (X)	Kualitas produk adalah suatu kondisi fisik, sifat, dan fungsi produk, berdasarkan tingkat mutu yang disesuaikan dengan durabilitas, reliabilitas, serta mudahnya penggunaan, kesesuaian, perbaikan serta komponen lainnya yang dibuat untuk memenuhi kepuasan dan juga kebutuhan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja (<i>Performance</i>) 2. Keistimewaan tambahan (<i>features</i>) 3. Keandalan (<i>reliability</i>) 4. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance to Spesification</i>) 5. Daya tahan (<i>durability</i>) 6. Estetika (<i>aesthetics</i>) 7. Dimensi kemudahan perbaikan (<i>serviceability</i>)
Kepuasan Pelanggan (Y)	kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan, 2. Minat berkunjung kembali 3. kesediaan merekomendasikan

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah himpunan seluruh objek yang ingin diketahui besaran karakteristiknya.⁵ populasi merupakan keseluruhan obyek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas (*finite*) maupun tidak terbatas (*infinite*). Populasi dapat berupa subyek yang mempunyai kualitas, dan sebuah perusahaan yang akan diteliti adalah suatu populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna Shopee dan Lazada di Kecamatan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang, yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

2. Sampel

Sampel adalah himpunan bagian populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasinya⁶. Pada penelitian ini, pelanggan yang menjadi sampel responden adalah konsumen pengguna Shopee dan Lazada di Kecamatan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang. Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik sampel purposif atau sampel bertujuan secara subyektif. Pemilihan “sampel bertujuan” ini dilakukan karena mungkin saja peneliti telah memahami bahwa informasi yang

⁵ Johan Harian, *Metode Statistika 1*, (Depok: Gunadarma, 2004), hal.1

⁶ Johan Harian, *Metode Statistika 1*, (Depok: Gunadarma, 2004), hal.1

dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang dikehendaki.

Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lameshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lameshow yaitu:

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = tingkat kepercayaan sebesar 95% = 1,96

p = estimasi proporsi = 0,5

d = *sampling error* = 10%

Dalam penelitian ini digunakan tingkat ketelitian sebesar 5% dan tingkat kepercayaan sebesar 95%, nilai z didapat dari tabel normal standar sehingga diperoleh nilai z = 1,96 , nilai p tidak diketahui sehingga dilakukan maksimal estimasi 50% dengan p = 0,5, *sampling error* telah ditentukan sebesar 10%.

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

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

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dari perhitungan di atas dapat disebutkan bahwa jumlah sampel minimal untuk penelitian ini sebanyak 96,04 responden dan peneliti membulatkannya menjadi 100 responden.

D. Jenis Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah:

1. Penelitian Pustaka (*Library Research*), yang mana dalam penelitian ini, penulis mencari dan menelaah kajian teoretis yang berhubungan dengan topik permasalahan penelitian, baik dalam bentuk buku, jurnal, artikel, dll.
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*), untuk mendapatkan data penelitian secara langsung. Penelitian ini bersifat riset komparatif. Riset komparatif adalah riset yang membandingkan sampel yang satu dengan sampel yang lain, baik sampel *independen* (bebas) maupun sampel yang berpasangan.. Pada penelitian ini bertujuan

untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kualitas produk dan tingkat kepuasan pelanggan Shopee dan Lazada di Kecamatan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer atau data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data tersebut didapat dari hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden sebagai sumber pertama. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka, penelitian pustaka ini dilakukan dengan cara mengumpulkan referensi baik dari buku-buku, jurnal, ataupun hasil temuan para peneliti terdahulu dengan tujuan untuk mendapatkan landasan teori dan memecahkan masalah.

2. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.⁷ Metode ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai perbandingan kualitas produk dan tingkat kepuasan pelanggan Shopee dan Lazada di Pasar Kemis Kabupaten Tangerang.
3. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁸ Kuesioner digunakan untuk menggali data primer, yaitu tanggapan atau jawaban responden tentang variabel-variabel yang dikaji dalam penelitian.

Dalam penelitian skripsi ini, peneliti menggunakan kuesioner tertutup karena jawaban telah disediakan oleh peneliti sehingga jawabannya akan sesuai dengan kebutuhan dalam riset. Kuesioner tersebut diberikan kepada konsumen pelanggan Shopee dan Lazada di Kecamatan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang. Dari setiap jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang diajukan, kemudian diberi skor tertentu. Skor tersebut yaitu antara 1 sampai 5, dengan ketentuan sebagai berikut:

⁷ Abdurrahman Fatoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 104.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D...*, h. 142.

Sangat Setuju (SS)	= diberi skor 5
Setuju (ST)	= diberi skor 4
Kurang Setuju (KS)	= diberi skor 3
Tidak Setuju (TS)	= diberi skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= diberi skor 1

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji kuesioner secara kuantitatif dapat dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas.

- a. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan.⁹ Dalam pengertian lain uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas ini membandingkan nilai masing-masing item pertanyaan dengan nilai total. Variabel yang melebihi nilai signifikansi maka pertanyaan tersebut tidak valid.

⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2011), hal 166.

b. Uji Reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama.¹⁰ Dalam arti lain uji reliabilitas data adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel devenden, indeviden atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.¹¹

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut

¹⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis...*, h. 169.

¹¹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis...*, h. 181.

berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

3. Uji Varians

Homogeneity of variance merupakan salah satu syarat untuk uji t-tes *independent*. Variabel dependen harus memiliki varian yang sama dalam setiap kategori variabel independent. Jika terdapat lebih dari satu variabel independent, maka harus ada *homogeneity of variance* di dalam *cell* yang dibentuk oleh variabel independent kategorial. SPSS memberikan test ini dengan nama *Levene's test of homogeneity of variance*. Jika nilai *Levene's test* signifikan (probabilitas $< 0,05$) maka hipotesis nol akan ditolak bahwa group memiliki variance yang berbeda dan hal ini menyalahi asumsi. Jadi yang dikehendaki adalah tidak dapat menolak hipotesis nol atau hasil hasil *Levene test* tidak signifikan (probabilitas $> 0,05$).¹²

4. Uji t (t-tes)

Teknik statistik ini (t-test) termasuk dalam kelompok statistika parametrik. Uji *independent t-test* digunakan untuk membandingkan dua rata-rata dari dua sampel, dimana sampel-sampel tersebut bebas atau tidak memiliki hubungan. Rata-rata dua sampel mungkin berbeda, tetapi tidak mudah untuk menentukan apakah perbedaannya

¹² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), h. 70.

relatif besar sehingga dinyatakan secara signifikan berbeda atau malah relatif kecil sehingga masih dapat dikatakan sama. Untuk menentukan apakah batas itu sama atau berbeda digunakan uji T dua sampel bebas¹³. Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan cara pertama adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $\text{sig} < 0,5$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh dan signifikan secara statistik pada α (5%) terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai $\text{sig} > 0,5$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada α (5%) terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan cara kedua adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh dan signifikan secara statistik pada α (5%) terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada α (5%) terhadap variabel dependen.¹⁴

¹³ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), h. 189.

¹⁴ Agus Eko Sujianto, "*Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*", (Jakarta: Pustaka, 2009), h.195