

III. METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Data dan Sumber Data

3.1.1 Data Primer

Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti Sanusi (2014 : 104). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu konsumen yang menggunakan notebook Toshiba di Bandar Lampung. Dengan memberitahukan kepada responden tujuan dan maksud serta cara pengisian daftar pertanyaan, diharapkan responden dapat mengisi pertanyaan dengan baik dan benar. Tujuan utama dalam pembuatan kuesioner adalah untuk (a) memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survei, (b) memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin. Kuesioner tepat digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

3.1.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari organisasi atau perorangan. Data sekunder bentuknya berupa sumber pustaka yang mendukung penelitian ilmiah serta diperoleh dari literatur yang relevan seperti majalah, surat kabar, buku referensi, jurnal, artikel, website, maupun keterangan dari kantor yang ada hubungan dalam penelitian tersebut dan berkaitan dengan kualitas produk.

3.2 Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung antara penanya dengan responden yang menjadi pembeli Notebook Toshiba serta mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan, yaitu dengan pemilik gerai guna mendapatkan data-data yang diperlukan.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden yang memiliki produk Notebook Toshiba di Bandar Lampung dengan mengisi dan mengikuti panduan yang ada pada kuesioner. Dalam penelitian ini digunakan skala likert. Jawaban yang diberikan oleh konsumen kemudian diberi skor dengan teknik *aggre-disagree scale* dengan mengembangkan pernyataan yang menghasilkan jawaban setuju-tidak setuju dalam berbagai rentang nilai. Urutan skala terdiri dari angka 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai dengan 5 (Sangat Setuju) untuk semua variabel. Kriteria jawaban yang digunakan yakni:

Sangat Setuju	:5
Setuju	:4
Netral	:3
Tidak Setuju	:2

Sangat Tidak Setuju :1

Sumber : Sanusi (2014:129).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan Sanusi (2014:87). Berdasarkan pengertian diatas maka populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menggunakan notebook Toshiba di Bandar Lampung.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih Sanusi (2014:87).

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *nonprobability* dan teknik *purposive sampling*, yaitu sampel bersyarat. Syarat yang dimaksud adalah : masyarakat Kota Bandar Lampung pengguna notebook Toshiba, pria maupun wanita.

Hair (2006:112) menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel yang dianalisa atau indikator pertanyaan. Jumlah indikator pertanyaan dari penelitian ini berjumlah 20, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel} &= 5 \times \text{indikator variabel} \\ &= 5 \times 20 \text{ indikator variabel} \\ &= 100 \text{ responden} \end{aligned}$$

3.4 Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur Singarimbun (2006:46). Dalam mengukur konsep maka dibutuhkan definisi operasional dalam menjabarkan konsep tersebut secara lebih jelas. Uraian tentang definisi operasional yang digunakan dalam penelitian adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

- Variabel Bebas (X), yaitu kualitas produk
 - Bentuk (X1)
 - Keistimewaan (X2)
 - Kehandalan (X3)
 - Mutu Kinerja (X4)
 - Daya Tahan (X5)
 - Layanan (X6)
 - Keindahan (X7)
 - Persepsi Kualitas (X8)
- Variabel terikat (Y), yaitu kepuasan konsumen.

Tabel 3.2 Variabel Penelitian

Variabel	Sub. Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X)	Bentuk (X1).	Berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki bentuk yang menarik • Memiliki bentuk yang bagus • Memiliki tampilan yang berbeda pada setiap jenisnya. 	Likert

Lanjutan

		Sumber: Kotler (2002)		
	Keistimewaan (X2)	Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan berbagai keistimewaan seperti karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk Sumber: Kotler (2002)	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini memiliki desain yang baru • Produk ini memiliki spesifikasi terbaru 	Likert
	Kehandalan (X3)	Ukuran kemungkinan sebuah proyek tidak akan rusak atau gagal dalam suatu periode tertentu. Sumber: Kotler (2002)	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini tidak mudah rusak • Produk ini dapat diandalkan untuk menyelesaikan pekerjaan konsumen 	Likert
	Mutu Kinerja (X4)	Mengacu pada level dimana karakteristik dasar produk itu beroperasi. Sumber: Kotler (2002)	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini memiliki variasi yang banyak • Produk ini memiliki kinerja yang baik 	Likert
	Daya Tahan (X5)	Suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal atau berat Sumber: Kotler (2002)	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi • Produk ini dapat bertahan cukup lama 	Likert
	Pelayanan (X6)	Karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan pelayanan untuk perbaikan barang Sumber: Kotler (2002)	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan produk ini bersikap ramah • Karyawan produk ini bersikap sopan 	Likert
	Keindahan (X7)	Karakteristik yang bersifat subjektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi serta preferensi	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini membuat rasa percaya diri yang tinggi • Produk ini dapat membuat bangga 	Likert

		individual Sumber: Kotler (2002)	konsumen saat menggunakannya	
	Persepsi Kualitas (X8)	Suatu ukuran yang memberikan pandangan kualitas produk berdasarkan gambar, nama merek, dan iklan. Sumber: Kotler (2002)	<ul style="list-style-type: none"> • Merek produk ini membuat konsumen merasa yakin dengan kualitas produknya • Kualitas produk ini sesuai dengan iklan 	Likert
Kepuasan Konsumen (Y)		Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu peoduk dan harapan-harapannya. Sumber: Kotler (2002)	<ul style="list-style-type: none"> • Puas dengan kualitas produk tersebut • Puas dengan kualitas pelayanan penjual produk tersebut • Puas setelah menggunakan produk tersebut 	Likert

3.5 Pengujian Instrumen

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2011:173), instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden. Instrumen yang dibuat sebelum disebarakan kepada responden yang menjadi sampel penelitian harus dilakukan uji validitas melalui analisis faktor dengan bantuan SPSS, agar daftar pertanyaan yang dibuat tersebut benar-benar mampu menguak data sehingga mampu menjawab permasalahan hingga tujuan penelitian tercapai.

Uji validitas dimaksudkan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen mengukur konsep yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur secara tepat dan benar, dengan mempergunakan instrumen penelitian yang memiliki validitas yang tinggi, hasil penelitian mampu menjelaskan masalah penelitian sesuai dengan keadaan atau kejadian yang sebenarnya. Skor *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) serta *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) minimal 0,5 dinyatakan valid dan sampel bisa di analisis lebih lanjut (Santoso, 2002:101).

Data yang diperoleh tersebut dianalisis dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Faktor analisis ini digunakan untuk mengetahui indikator-indikator mana saja yang relevan dengan variabel penelitian, matrix merupakan nilai factor loading dari variabel komponen-komponen faktor. Nilai *factor loading* yang disyaratkan yaitu $> 0,5$ maka dinyatakan relevan (Hair et.al 2006:441).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2011:172), reliabilitas instrumen adalah kejituan atau ketepatan instrumen pengukur. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan ketepatan pengukuran, apabila pengukuran dilakukan pada objek sama berulang kali dengan instrumen yang sama. Untuk menilai reliabilitas, digunakan rumus *Alpha Cronbach* yang di hitung dengan SPSS 20.0. Sebuah instrumen memiliki reabilitas tinggi jika nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* $> 0,7$ dan *Cronbach's Alpha If Item Deleted* $< Cronbach's Coefficient Alpha$ (Ghozali, 2011:133).

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah riset yang cara pengolahan datanya tidak dikuantifikasi atau tidak dihitung dan tidak menggunakan analisis matematis. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif agar lebih memahami pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pengguna *notebook* Toshiba di Bandar Lampung.

3.6.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah riset yang cara pengolahan datanya dihitung menggunakan analisis sistematis. Dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda. Uji regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji regresi linier berganda dapat dilihat dalam persamaan berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

β_1 - β_8 = Koefisien regresi variabel bebas ke-1 sampai ke-8

X_1 = Bentuk

X_2 = Keistimewaan

X_3 = Kehandalan

X_4 = Mutu kinerja

X_5 = Daya Tahan

X_6 = Pelayanan

X_7 = Keindahan

X_8 = Persepsi Kualitas

e = Standar Error

Sumber : Sanusi (2014:115)

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Pengujian Hipotesis Secara Keseluruhan (Uji F)

apakah variabel independen yaitu bentuk (X1), keistimewaan (X2), kehandalan (X3), mutu kinerja (X4), daya tahan (X5), pelayanan (X6), keindahan (X7), Persepsi Kualitas (X8) bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$. Hasil pengujian uji F dapat ditemui pada tabel ANNOVA (*analysis of variance*) dari output SPSS untuk menjawab hipotesis statistik yaitu:

H_0 = variabel X tidak ada pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Y

H_a = variabel X berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Y

Kriteria :

- a. H_0 ditolak dan H_a diterima, jika nilai signifikan (*P Value*) $< 0,05$.
- b. H_0 diterima dan H_a ditolak, jika nilai signifikan (*P Value*) $> 0,05$.

3.7.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen bentuk (X1), keistimewaan (X2), kehandalan (X3), mutu kinerja (X4), daya tahan (X5), pelayanan (X6), keindahan (X7), persepsi kualitas (X8) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$.

Hipotesis:

- a. Bila nilai signifikan (*P Value*) $< 0,05$ maka (H_0) ditolak dan menerima alternatif (H_a) yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.
- b. Bila nilai signifikan (*P Value*) $> 0,05$ maka (H_0) diterima dan menolak alternatif (H_a) yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.