

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian survei yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif dan kualitatif. Tujuan penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif adalah untuk melihat pengaruh yang ditimbulkan dari variabel bebas terhadap variabel terikat berdasarkan angka-angka yang ditemukan selama penelitian melalui penyebaran kuesioner, sedangkan tujuan menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu untuk membuat deskripsi hasil penelitian berdasarkan konsep manajemen pemasaran khususnya pada bidang kualitas layanan dan tarif.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Peneliti mengambil lokasi penelitian pada Gerai Smartfren di Bandar Lampung karena bersifat homogen dalam mencari informasi untuk digunakan dalam penelitian.

#### **3.3 Sumber Data**

Menurut Umar (2010:145), data dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara dan pengisian kuesioner yang biasa dilakukan peneliti.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Penelitian Pustaka**

Pengumpulan data melalui penelitian pustaka yaitu dengan membaca buku atau literatur atau karya ilmiah lainnya dan sumber data lain yang mempunyai hubungan dengan penulisan penelitian ini.

#### **3.4.2 Penelitian Lapangan**

Penelitian lapangan ini dilakukan dengan cara mengambil data secara langsung dengan teknik kuesioner dan dokumentasi.

1. Kuesioner adalah penyebaran daftar pertanyaan kepada responden.
2. Dokumentasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan mencatat sesuai dengan dokumentasi yang tersedia dengan baik oleh perusahaan ataupun oleh instansi pemerintah yang terkait dengan penulisan ini.

### **3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penentuan Sampel**

#### **3.5.1 Populasi**

Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas dan ciri-ciri yang ditentukan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang memakai kartu seluler Smartfren di Bandar Lampung yang tidak diketahui pasti berapa jumlahnya dan dimana lokasinya. Sehingga, populasi tersebut adalah populasi tak terbatas.

#### **3.5.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2001:73), “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Menurut Umar (2010:279) sampel adalah bagian kecil dari suatu populasi.

#### **3.5.3 Teknik Penentuan Sampel**

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak terbatas, oleh karena itu penentuan sampel diambil dengan teknik *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling* (*judgemental sampling*). Teknik ini merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang dipertimbangkan memiliki hubungan yang sangat erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Dalam penelitian ini, yang terjadi populasi adalah konsumen yang memakai kartu seluler Smartfren. Jumlah populasinya tidak dapat diketahui, oleh karena itu penentuan sampel didasarkan persyaratan minimal sebanyak 30 responden.

Menurut Guilford (J. Supranto, 2006:239), semakin besar sampel (makin banyak besar nilai  $n$  = banyaknya elemen sampel) akan memberikan hasil yang lebih akurat. Oleh sebab itu, penelitian ini akan memakai 100 orang pelanggan kartu seluler Smartfren yang ada di Bandar Lampung. Teknik ini dilakukan karena karakteristik populasi pelanggan kartu seluler Smartfren tidak dapat diketahui dengan pasti. Sampel yang purposif adalah sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan rancangan penelitian.

### **3.6 Variabel Operasional Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah :

1. Variabel bebas atau *independent variable* (X) adalah variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya, artinya dapat berdiri sendiri.

Variabel ini adalah tarif (X1) dan kualitas layanan (X2).

2. Variabel terikat atau *dependent variable* (Y) yaitu variabel yang tidak dapat berdiri sendiri, bergantung pada variabel lain. Variabel Y adalah keputusan pembelian oleh pelanggan Smartfren.

**Tabel 6. Variabel Operasional Penelitian**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Tarif (X1)	Nilai suatu jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana didasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepas jasa yang dimiliki kepada pihak lain.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan tarif</li> <li>2. Kesesuaian tarif dengan kualitas layanan.</li> <li>3. Kesesuaian tarif dengan manfaat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tarif telepon ke sesama Fren dan ke operator lain, sms, juga internet yang ditetapkan tergolong murah.</li> <li>2. Tarif layanan Fren murah juga disertai kualitas jaringan yang baik.</li> <li>3. Tarif layanan Fren lebih murah dibandingkan dengan layanan operator lain yang sejenis.</li> <li>4. Tarif layanan Fren sesuai dengan manfaat yang didapatkan oleh pelanggan.</li> </ol>	Skala Interval
Kualitas Layanan (X2)	Tingkat keunggulan ( <i>excellence</i> ) yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan</li> <li>2. Daya tanggap</li> <li>3. Jaminan</li> <li>4. Empati</li> <li>5. Bukti fisik</li> </ol>	<p>Keandalan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menepati janji sesuai dengan iklan.</li> </ul> <p>Daya tanggap:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesiediaan menanggapi keluhan pelanggan.</li> </ul> <p>Jaminan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jaminan layanan diberikan sesuai iklan.</li> </ul>	Skala Interval

			<p>Empati:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemberian Layanan gratis dapat digunakan bukan hanya saat jam-jam tertentu.</li> </ul> <p>Bukti fisik:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi layanan di website Fren sangat lengkap.</li> </ul>	
Keputusan Pembelian (Y)	Hasil dari suatu proses yang terdiri dari lima tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah membeli.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan jasa</li> <li>2. Pilihan merek</li> <li>3. Pilihan pemasok</li> <li>4. Penentuan saat pembelian</li> </ol>	<p>Pilihan jasa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Karena kelengkapan layanan</li> </ul> <p>Pilihan merek:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Merek Smartfren terkenal.</li> </ul> <p>Pilihan pemasok:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jaringan layanan memiliki jangkauan yang luas.</li> </ul> <p>Penentuan saat pembelian:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelanggan memutuskan berlangganan karena layanan internet.</li> </ul>	Skala Interval

Pengukuran terhadap variabel tarif, kualitas layanan, dan keputusan pembelian dilakukan dengan menggunakan skala Likert skor 1 sampai dengan 5 (Moh.Nazir, 2003:54), yang dapat dirinci sebagai berikut:

a	=	Sangat Setuju (SS)	(81 – 100)
b	=	Setuju (S)	(61 – 80)
c	=	Netral (N)	(41 – 60)
d	=	Tidak Setuju (TS)	(21 – 40)
e	=	Sangat Tidak Setuju (STS)	(1 – 20)

### 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas alat ukur menunjukkan tentang sifat suatu alat ukur dalam pengertian apakah suatu alat ukur cukup akurat, stabil atau konsisten dalam mengukur apa yang ingin diukur dalam suatu kegiatan penelitian. Uji validitas, di lain pihak juga mempersoalkan apakah pada suatu kegiatan pengukuran dalam sebuah penelitian benar-benar mengukur apa yang seharusnya ingin diukur dalam penelitian tersebut (M. Nasir, 2000: 174).

Uji validitas instrument dilakukan dengan menguji validitas konstruk melalui penggunaan analisis faktor. Validitas konstruk menunjukkan seberapa valid hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukur atau indikator sesuai dengan konsep teori yang digunakan.

Langkah analisis faktor berikutnya, adalah melihat faktor *loading* dari masing-masing item pertanyaan atau indikator. Validitas instrument dinilai berdasarkan kriteria nilai faktor *loading item* minimal 0,4 (Hair et al, 1998:648) dan Comrey dalam Jogiyanto (2007:124) menyatakan bahwa suatu indikator atau item membentuk suatu konstruk dengan valid dan benar, maka indikator atau item

tersebut harus memuat skor yang tinggi atau nilai faktor *loading* memberikan nilai besar.

Sedangkan untuk mengetahui Reliabilitas alat ukur kuisisioner digunakan rumus alpha ( ) Cronbach bersumber dari J. Supranto, (2002: 60), dengan nilai minimal reliabilitas 0,5.

### **3.8 Metode Analisis Data**

#### **3.8.1 Analisis Kualitatif**

Analisis kualitatif digunakan sebagai metode untuk menganalisis permasalahan yang ada dengan melakukan pendekatan kualitatif berdasarkan teori tarif, kualitas layanan dan keputusan pembelian.

#### **3.8.2 Analisis Kuantitatif**

Analisis kuantitatif adalah analisis dengan menggunakan pendekatan atau rumus statistik. Dalam penelitian ini analisis kuantitatif yang digunakan analisis regresi linier berganda.

##### **3.8.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis data yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh tarif dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian, dengan menggunakan teknik regresi linier berganda, karena variabel bebasnya lebih dari satu.

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:



$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y	=	keputusan pembelian
a	=	bilangan konstan
b <sub>1</sub>	=	koefisien regresi variabel tarif
b <sub>2</sub>	=	koefisien regresi variabel kualitas layanan
X <sub>1</sub>	=	variabel tarif
X <sub>2</sub>	=	variabel kualitas layanan
e	=	variabel pengganggu

### 3.8.2.2 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh tarif dan kualitas layanan (*independent variable*) secara parsial terhadap keputusan pembelian (*dependent variable*) dengan ketentuan sebagai berikut:

Ho : = 0, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent dalam hal ini tarif dan kualitas layanan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

Ha : ≠ 0, berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent dalam hal ini tarif dan kualitas layanan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

Jika nilai signifikansi  $t$  hitung yang diperoleh  $>$  signifikansi 0,05, berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jika nilai signifikansi  $t$  hitung yang diperoleh  $<$  signifikansi 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### 3.8.2.3 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji hipotesa ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Langkah –langkahnya adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1, b_2 = 0$ , tidak ada pengaruh signifikan dari variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$ , ada pengaruh signifikan dari variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Jika nilai signifikansi  $F$  hitung yang diperoleh  $>$  signifikansi 0,05, berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jika nilai signifikansi  $F$  hitung yang diperoleh  $<$  signifikansi 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### 3.8.2.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. (Ghozali, 2009 : 15)

Dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda, maka masing-masing variabel independen yaitu tarif dan kualitas layanan secara parsial dan simultan mempengaruhi keputusan pembelian (Y), yang dinyatakan dengan *adjusted R<sup>2</sup>* untuk menyatakan koefisien determinasi atau seberapa besar pengaruh variabel tarif dan kualitas layanan secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).