

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi (*explanatory research*), menurut Singarimbun dan Effendi (2010), penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis.

Skala pengukuran menggunakan skala likert, metode pengumpulan data dengan cara angket, serta studi literatur. Metode analisis data yang di gunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Data di olah menggunakan WarpPLS 5.0. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT MNC Sky Vision KPD (indovision) Jombang.

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini di lakukan pada PT.MNC SKY VISION (Indovision) KPD Jombang, Jln. Pahlawan No.12 Jombang. Sedangkan obyek yang di ambil dalam penelitian ini adalah pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

a. Devinisi Operasional

1. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

1) Kualitas Produk (X1)

Mengacu pada konsep dari Kotler dan Amstrong (2012) kualitas produk dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi pelanggan tentang kemampuan kinerja produk indovision dalam menjalankan fungsinya yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. yang di ukur dengan menggunakan indikator yaitu:

1. *performance* atau Kinerja produk, persepsi konsumen tentang kinerja produk utama di ukur dengan:
 - a. Memberikan tayangan yang jernih tanpa gangguan
 - b. Memberikan efek suara yang bagus tanpa gangguan.
2. *feature* atau fitur produk, persepsi konsumen tentang produk indovision di ukur dengan memiliki chanel-chanel yang beragam.
3. *conformance* atau Kesesuaian, Hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi produk indovision yang telah di tuturkan sebelumnya terhadap bukti nyata yang di janjikan oleh perusahaan kepada konsumen.
4. *serviceability* atau Kemampuan memperbaiki, persepsi konsumen tentang kemampuan produk indovision dalam memperbaiki kerusakan secara cepat pasca pemakaian.

2) Kualitas Pelayanan (X2)

Mengacu pada konsep dari Gronos (2008) Rangkuti (2009), kualitas pelayanan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi pelanggan atas kegiatan layanan yang diberikan indovision yang diukur menggunakan indikator dari Zeithaml, Parasuraman dan Berry (2009) yaitu:

1. *Tangible* atau tampilan fisik, persepsi konsumen tentang bukti fisik yang dapat dilihat dan di raba yang di ukur menggunakan item tempat atau lokasi yang strategis.
2. *Reliability* atau keterpercayaan, persepsi konsumen tentang kemampuan indovision dalam menyediakan layanan yang memberikan pelayanan tepat waktu sesuai yang di janjikan.
3. *Responsiveness* atau daya tanggap, *persepsi* tentang daya tanggap karyawan terhadap konsumen yang membutuhkan bantuan di ukur dengan mennggunakan item menanggapi keluhan konsumen.
4. *Assurance* atau jaminan, kemampuan, kesopanan dan sopan santun yang dimiliki karyawan untuk membangun kepercayaan konsumen di ukur dengan menggunakan item terjadi gangguan tayangan langsung ditangani oleh teknisi.
5. *Empathy* atau kepedulian, sikap tegas dan perhatian yang diberikan perusahaan terhadap konsumen. di ukur dengan a.

menghargai konsumen b. Mendahulukan kepentingan konsumen.

2. Variabel Dependen ; Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Tjiptono (2008) variabel kepuasan konsumen dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi pelanggan tentang tingkat perasaan atas kesesuaian yang di rasakan terhadap kinerja produk setelah menggunakan jasa PT MNC Sky Vision (indovision) KPD Jombang. Yang di ukur dengan menggunakan Indikator:

- a. Perasaan puas terhadap kinerja utama produk , Tingkat kesesuaian antara kinerja produk indovision dengan yang di harapkan oleh konsumen. Di ukur dengan:
 - a. Puas terhadap chanel yang beragam
 - b. Puas terhadap sinyal yang kuat.
- b. Ekspresi puas terhadap pelayanan, Tingkat kesesuaian antara pelayanan yang di berikan perusahaan Indovision dengan yang di harapkan konsumen di ukur dengan menggunakan item puas terhadap kinerja pelayanan sesuai harapan.
- c. Ekspresi puas terhadap layanan purna jual, tingkat kesesuaian antara pelayanan yang di berikan oleh perusahaan indovision kepada para konsumen setelah proses transaksi jual beli terjadi. Di ukur dengan: (1) Tetap menjadi konsumen setia. (2). Tidak beralih ke produk lain.

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi/Indikator		Item
Kualitas produk (X1)	<i>performance</i> (kinerja produk)	1.	Kualitas tayangan produk indovision jernih.
		2.	Efek suara produk indovision bagus tanpa gangguan.
	<i>Fiture</i> (fitur produk)	3.	Produk indovision memiliki beragam chanel.
	<i>conformance</i> (Kesesuaian)	4.	Kualitas produk indovision sesuai dengan harapan konsumen.
	<i>serviceability</i> (Kemampuan memperbaiki)	5.	Teknisi indovision mampu memperbaiki kerusakan secara cepat.
Kualitas pelayanan 15(X2)	<i>Tangibles</i> (tampilan fisik),	6.	Lokasi kantor indovision strategis.
		7.	Pelayanan Indovision dapat dipercaya konsumen.
	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap),	8.	Admin indovision menanggapi keluhan konsumen secara cepat.
	<i>Assurance</i> (jaminan),	9.	Terjadi gangguan tayangan langsung ditangani oleh teknisi indovision.
		<i>Empathy</i> (kepedulian)	10.
11.	Admin indovision mendahulukan kepentingan konsumen.		
Kepuasan Pelanggan (Y)	Perasaan puas terhadap kinerja utama produk	12.	Saya puas terhadap chanel indovision.
		13.	Saya puas terhadap sinyal indovision.
	Ekspresi puas terhadap layanan	14.	Saya puas terhadap kinerja pelayanan sesuai harapan.
	Ekspresi puas terhadap layanan purna jual	15.	Saya tetap menjadi pelanggan setia indovision.
		16.	Saya tidak beralih ke stasiun tv prabayar lain.

3.4 Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran angket dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2007: 93) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk keperluan analisis secara kuantitatif, maka jawaban diberi nilai, yaitu nilai dari 5 sampai dengan 1. Jawaban dari responden yang bersifat kualitatif dikuantitatifkan, dimana jawaban untuk pertanyaan diberi nilai sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju diberi skor 5.
- b. Jawaban setuju diberi skor 4.
- c. Jawaban netral diberi skor 3.
- d. Jawaban tidak setuju diberi skor 2.
- e. Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

3.5 Populasi dan Sampel

- a. Populasi

Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan layanan jasa televisi berbayar pada PT MNC SKY

Vision (indovision) KPD Jombang yang jumlahnya di ketahui sejumlah 80 konsumen pengguna layanan jasa indovision.

b. Sampel

Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan televisi berbayar dari PT.MNC SKY VISION (indovision) KPD Jombang sebanyak 80 pelanggan.

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probabilitas merupakan teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel adalah dengan cara *accidental sampling (non probability sampling)* dimana sampel yang diambil adalah mereka yang kebetulan dijumpai di PT MNC Sky Vision Jombang

3.6 Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

a. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran angket kepada pelanggan PT.MNC SKY VISION (indovision) KPD Jombang.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh secara tidak langsung (ada perantara). Baik berupa keterangan yang diperoleh dari literatur,

jurnal, buku, penelitian terdahulu atau data-data lain yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.

b. Metode Pengumpulan Data

a. Angket

Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan yang diajukan pada pihak responden, Umar (2011). dalam hal ini adalah masyarakat pengguna jasa pada PT MNC Sky Vision (indovision) KPD Jombang. Cara ini digunakan untuk mengetahui tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat yang menggunakan jasa pada PT MNC Sky Vision (indovision) KPD Jombang.

b. Studi literatur

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literature yang dapat menunjang serta melengkapi data yang diperlukan dan berguna bagi penelitian ini.

1.7 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Umar (2002), validitas merupakan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur, pada penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner dai dalam pengumpulan data penelitian, maka kuisisioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dapat menggunakan rumus *Pearson Product Moment*.

Rumus :

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = korelasi

x = variabel independen

y = variabel dependen

Perhitungan rumus tersebut menggunakan bantuan SPSS versi 20.0. Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut Sugiyono (2007: 21), dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi r diatas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

Tabel 3.2
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Item	Pearson Korelasi (r)	r kritis	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	1	0,480	0,3	Valid
	2	0,533	0,3	Valid
	3	0,725	0,3	Valid
	4	0,598	0,3	Valid
	5	0,655	0,3	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	1	0,764	0,3	Valid
	2	0,771	0,3	Valid
	3	0,665	0,3	Valid
	4	0,556	0,3	Valid
	5	0,556	0,3	Valid
	6	0,722	0,3	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	1	0,524	0,3	Valid
	2	0,489	0,3	Valid
	3	0,485	0,3	Valid
	4	0,512	0,3	Valid
	5	0,721	0,3	Valid

Sumber : Data diolah 2017

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur item-item sudah valid karena nilai korelasi lebih dari 0,3, jadi dapat digunakan oleh peneliti untuk penelitian sebenarnya

2. Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Hasilnya ditunjukkan oleh sebuah indeks yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji ini diterapkan untuk mengetahui responden telah

menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha* (Arikunto, 2014). Dalam hal ini apabila nilai koefisien $\alpha \geq 0,6$, maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel. Proses pengujian dilakukan sebelum penelitian sebenarnya dilakukan.

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai hitung Alpha Cronbach	Standart Cronbanch	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,657	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,757	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,607	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah 2017

Hasil pengujian reliabilitas dalam tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian mempunyai koefisien *alpha* (α) yang cukup besar yaitu $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari angket adalah reliabel yang berarti bahwa angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket yang reliable

1.8 Teknik Analisis Data

3.8.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2010) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisa deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

- 1,0 – 1,8 = Buruk sekali
- >1,8-2,6 = Buruk
- >2,6 -3,4 = Cukup
- >3,4 – 4,2 = Baik
- >4,2 - 5,0 = Sangat baik Sumber : (Sudjana, 2001)

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

1 Uji Normalitas Data

Kenormalan data diperlukan dalam metode analisis regresi (Baroroh, 2013). Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data distribusi normal. Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan normal, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ($P > 0,05$). Sebaliknya, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($P < 0,05$), maka data dikatakan tidak normal.

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- (a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- (b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas

2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada dua atau lebih variable x yang memberikan informasi yang sama tentang variable Y . kalau X_1 dan X_2 berkolinearitas, berarti kedua variabel cukup diwakili satu variable saja. Memakai keduanya merupakan inefisiensi. (Simamora, 2005)

Adabeberapa metode untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, diantaranya :

- 1) Dengan menggunakan antar variabel independen. Misalnya ada empat variabel yang diuji dikorelasikan, hasilnya korelasi antara X_1 dan X_2 sangat tinggi, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi multikolinearitas antara X_1 dan X_2 .
- 2) Disamping itu untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat juga dilihat dari *Varian Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai tolerance value $< 0,01$ atau $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila *tolerance value* $> 0,01$ atau $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. (Simamora, 2005)

3 Uji Autokorelasi

Istilah Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear adakorelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam mendeteksi ada atau tidak nya autokorelasi dapat

dilakukan dengan uji Durbin-watson (DW test) dengan syarat $du < DW$ (Ghozali, 2011).

3.8.3. Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2007) mengatakan bahwa analisis regresi berguna untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variable independen dimanipulasi (dirubah-rubah). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X_1) kualitas pelayanan (X_2) dan Kepuasan konsumen (Y). Persamaan Regresi linier sederhana menggunakan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi kualitas produk, kualitas pelayanan

X_1 = kualitas produk

X_2 = kualitas pelayanan

ϵ = standar error

3.8.4. Pengujian Hipotesis

Pengujian dilakukan dengan t-test, bilamana diperoleh p-value ≤ 0.05 (Alpha 5%), maka dapat disimpulkan signifikan dan begitu pula sebaliknya (Solimun, 2017). Uji hipotesis responden dapat diterima jika:

P value = $< 0,01$ / 1% sangat signifikan.

P value = $< 0,05 - 0,01$ / 5% - 1% signifikan.

P value = $< 0,01 - 0,05$ / 10% - 5% lemahnya

3.8.5. R – Squared Coefficients

Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) digunakan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dan proporsi variasi dari variabel dependen yang diterangkan oleh variasi dari variabel-variabel independennya. Jika R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan semakin besar maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin besar untuk menerangkan variabel dependennya.