

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Definisi Konsep

Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y). Definisi konsep dalam variabel penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono & Chandra (2019), kualitas pelayanan adalah ukuran keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Hal ini dapat ditentukan melalui pendekatan kualitas jasa yang dikembangkan. Kualitas jasa dapat dinilai berdasarkan perbandingan antara persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima dan harapan konsumen terhadap layanan tersebut.

2. Harga

Menurut Kotler & Armstrong (2018), harga adalah sejumlah nilai yang diberikan konsumen untuk memperoleh keuntungan atau manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk. Harga telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli.

3. Promosi

Menurut Kotler & Armstrong (2018), promosi adalah bentuk komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan para calon

pelanggan untuk menyampaikan informasi serta mengajak segmen pasar tentang produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

4. Kepuasan pelanggan

Menurut Tjiptono (2014), kepuasan konsumen adalah suatu metode untuk mencegah pelanggan agar tidak kecewa dan mendorong mereka untuk membeli kembali produk yang kita tawarkan.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional untuk variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dijelaskan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Tjiptono & Chandra (2019), yaitu :

- a. Berwujud (*Tangible*)
- b. Kehandalan (*Reliability*)
- c. Ketanggapan (*Responsiveness*)
- d. Jaminan (*Assurance*)
- e. Empati (*Emphaty*)

2. Harga

Indikator harga menurut Kotler & Armstrong (2018), yaitu :

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

3. Promosi

Indikator promosi menurut Kotler & Armstrong (2018), yaitu :

- a. Periklanan (*Advertising*)
- b. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)
- c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)
- d. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)
- e. Publisitas (*Publicity*)

4. Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2014), yaitu :

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat berkunjung kembali
- c. Kesediaan merekomendasikan

C. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang dianalisis dengan metode Analisis Regresi Linier Berganda. Menurut Sugiyono (2021), penelitian kuantitatif adalah metode yang didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan instrumen terstandar menggunakan kuesioner dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

D. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan

(scoring), sedangkan sumber data yang digunakan adalah sumber data primer.

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2021).

E. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah secara umum yang meliputi objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi seluruh pelanggan yang pernah membeli dan menggunakan jasa pengelolaan properti minimal 1 kali dalam periode 1 tahun.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2021), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Sampel penelitian ini adalah pelanggan yang pernah membeli dan menggunakan jasa pengelolaan properti minimal 1 kali dalam periode 1 tahun. Karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada

rumus perhitungan yang dikemukakan oleh Hair dkk. (2010), dimana mereka menyarankan bahwa jumlah sampel yang dibutuhkan dapat dihitung dengan mengalikan jumlah indikator dalam penelitian dengan angka antara 5 hingga 10. Rumus ini banyak digunakan dalam studi yang melibatkan pengukuran variabel-variabel melalui sejumlah indikator, khususnya dalam analisis statistik yang memerlukan data dari responden dalam jumlah memadai agar hasil yang diperoleh dapat diandalkan. Penelitian ini menggunakan total 17 indikator untuk mengukur berbagai variabel yang diteliti. Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah minimum sampel yang dibutuhkan adalah hasil perkalian 17 indikator dengan angka 5, yaitu sebanyak 85 responden. Pemilihan angka 5 sebagai pengalih bertujuan agar jumlah sampel yang diperoleh tidak hanya mencukupi, tetapi juga mampu meningkatkan kualitas data dan memperkuat validitas hasil penelitian. Untuk proses pengumpulan data, peneliti menggunakan metode survei melalui kuesioner yang disusun dalam bentuk digital. Kuesioner ini dibuat menggunakan layanan *Google Formulir (Google Forms)* yang memungkinkan penyebaran secara luas dan praktis melalui internet. Tautan formulir disebarluaskan secara langsung kepada calon responden yang telah memenuhi karakteristik sesuai dengan kriteria penelitian. Penyebaran dilakukan melalui berbagai platform media sosial, seperti WhatsApp, TikTok, Instagram, dan Facebook, dll. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana distribusi ini bertujuan untuk menjangkau

responden secara lebih luas, cepat, dan efisien, sehingga proses pengumpulan data dapat berjalan optimal.

Kriteria responden dalam penelitian ini yang akan dijadikan sampel sebagai berikut :

- 1) Responden berjenis kelamin pria atau wanita
- 2) Responden yang pernah membeli dan menggunakan jasa pengelolaan properti minimal 1 kali dalam periode 1 tahun.

c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan *Purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2021), *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya batasan sampel harus ditentukan terlebih dahulu sebelum sampel diambil. Dalam penelitian ini, Sampel dipilih berdasarkan kriteria: pelanggan yang pernah membeli dan menggunakan jasa pengelolaan properti minimal 1 kali dalam periode 1 tahun.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Menurut Wiyono (2020), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang ditujukan kepada responden. Dalam kuesioner ini telah disiapkan beberapa alternatif jawaban dengan

menggunakan skala pengukuran yaitu *skala likert* yang terdiri dari 5 (lima) kategori sebagai berikut :

Sangat setuju (SS)	diberikan skor nilai 5
Setuju (S)	diberikan skor nilai 4
Netral (N)	diberikan skor nilai 3
Tidak Setuju (TS)	diberikan skor nilai 2
Sangat tidak setuju (STS)	diberikan skor nilai 1

G. Metode Penelitian

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Widarjono (2018) sebuah instrumen dinyatakan valid jika dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Oleh karena itu, untuk menentukan apakah kuesioner sebagai alat pengumpulan data valid, diperlukan uji validitas. Keputusan mengenai validitas instrumen kuesioner dapat diambil dengan mempertimbangkan kriteria penilaian dalam uji validitas, sebagai berikut:

- Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut valid.
- Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Widarjono (2018) reliabilitas data yang digunakan untuk menguji sejauh mana instrumen dalam kuesioner dapat

dipercaya. Reliabilitas pengukuran berdasarkan konsistensi antar instrumen yang digunakan. Uji reliabilitas kuesioner dapat dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, yang mengukur konsistensi internal dan sejauh mana instrumen dalam kuesioner saling terkait. *Cronbach's Alpha* umumnya digunakan untuk mengukur kuesioner yang menggunakan skala *Likert*, dan bertujuan untuk menilai apakah skala tersebut dapat dipercaya. Suatu data dianggap reliabel jika diukur menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* (α), dan instrumen dikatakan memiliki reliabilitas yang baik jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$.

2. Uji Asumsi Dasar (Uji Normalitas)

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan analisis statistik. Uji ini didasarkan pada *Kolmogoroff-Smirnov Test*, dengan kriteria jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$ maka data penelitian dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ maka data penelitian dinyatakan tidak berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang

baik seharusnya tidak menunjukkan korelasi antara variabel independen. Uji ini dijelaskan menggunakan nilai *Tolerance and Variance Inflation Factor* (VIF). Jika $VIF < 10$ dan nilai Tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Namun jika $VIF > 10$ dan nilai Tolerance $< 0,10$ maka terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan dari asumsi heteroskedastisitas, yaitu apakah terdapat ketidaksamaan varian residual untuk semua pengamatan dalam model regresi. Metode yang digunakan dalam pengujian ini adalah uji *Glejser*, yang dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual sebagai variabel dependen terhadap masing-masing variabel independen dalam model Gujardi dalam Latan & Temalagi (2013). Kriteria pengujiannya adalah jika nilai signifikansi $>0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $<0,05$, maka mengalami heteroskedastisitas (Wiyono, 2020).

4. Uji *Goodness of Fit*

Menurut Ghozali (2018), uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menaksir nilai aktual yang dapat diukur dari goodness of fit. Model *goodness of fit* dapat diukur dari nilai statistik F, kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi $<0,05$ artinya seluruh variabel terikat model penelitian, layak digunakan

pada penelitian. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ artinya seluruh variabel terikat model penelitian tidak layak digunakan pada penelitian.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengukur hubungan antara beberapa variabel bebas dan satu variabel terikat (Ghozali, 2018). Adapun persamaan analisis regresi linier secara umum adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = kepuasan pelanggan

α = konstanta

β_1 = koefisien regresi kualitas layanan

β_2 = koefisien regresi harga

β_3 = koefisien regresi promosi

X_1 = variabel kualitas layanan

X_2 = variabel harga

X_3 = variabel promosi

e = *standart error*

6. Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis ini, dapat digunakan uji t (Wiyono, 2020). Uji t, atau uji parsial, bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu, uji ini juga dapat mengidentifikasi variabel

independen yang paling dominan pengaruhnya pada variabel keterikatan dengan $\alpha = 0,05$ pada tingkat kepercayaan 95%. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis 1, 2, dan 3 diterima.
- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis 1, 2, dan 3 ditolak.

7. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah ukuran yang menunjukkan kekuatan hubungan antara dua atau lebih variabel dalam bentuk persentase. Hal ini menggambarkan seberapa besar persentase variasi dari variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen (X), atau dengan kata lain, seberapa besar kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini, digunakan *Adjusted R Square* karena nilai dapat meningkat atau menurun ketika satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali, 2018).