

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Bab tiga menjelaskan mengenai desain penelitian yang akan dilakukan, populasi dan sampel yang akan berpartisipasi dalam penelitian, variabel penelitian serta definisi operasional, instrumen yang akan dipakai, serta teknik analisis data dalam penelitian ini.

#### **3.1 Lokasi dan Subjek Penelitian**

##### **3.1.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Bandung. Pemilihan lokasi penelitian didasari oleh hasil dari studi pendahuluan yang menunjukkan bahwa kota Bandung itu masyarakatnya banyak yang menggunakan *handphone* khususnya yang berjenis *smartphone*.

##### **3.1.2 Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna yang saat ini sedang *smartphone* merek Samsung dan iPhone di kota Bandung. Kriteria untuk menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pengguna Samsung *prime*, Samsung *grand*, Samsung S series, Samsung *ace* series. Samsung *note* dan iPhone 4, iPhone 4s, iPhone 5, iPhone 5s dan iPhone 6.

###### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan profil tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di kota Bandung yang saat ini menggunakan *handphone* iPhone dan *smartphone* Samsung yang jumlahnya tidak dapat dihitung secara pasti.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna *handphone* iPhone dan *smartphone* Samsung di Bandung.

Sampel dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa kategori yakni:

1. Pengguna Samsung S Series
2. Pengguna Samsung *Grand*
3. Pengguna Samsung *core prime*
4. Pengguna Samsung *Ace series*
5. Pengguna Samsung *note*
6. Pengguna iPhone 4
7. Pengguna iPhone 4S
8. Pengguna iPhone 5
9. Pengguna iPhone 5S
10. Pengguna iPhone 6

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik sampling dengan menggunakan persyaratan tertentu agar dapat menjangkau sampel yang representatif pada populasi yang tidak dapat diketahui (Neuman, 2007). Syarat sumber data untuk bisa menjadi sampel pada penelitian ini adalah masyarakat Bandung yang saat ini menggunakan *handphone* Samsung *core prime*, Samsung *grand*, Samsung S series, Samsung *ace series*. Samsung *note* dan iPhone 4, iPhone 4s, iPhone 5, iPhone 5s dan iPhone 6.

Populasi pengguna iPhone dan Samsung di kota Bandung tidak dapat diketahui jumlahnya, oleh karena itu, peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk mengetahui jumlah sampel (dalam Riduwan & Akdon, 2010), yaitu:

$$n = \frac{Z\alpha^2 X P X Q}{L^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel minimal yang diperlukan  
Z $\alpha$  = nilai standar dari distribusi nilai  $\alpha = 5\% = 1,96$   
P = Prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai 50%  
Q = 1- P  
L = tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka  $n = \frac{(1,96^2) \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden pada masing-masing produk Samsung maupun Iphone. Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka sampel yang ditetapkan peneliti adalah sebanyak 207 responden yang terdiri dari 107 pengguna produk Samsung dan 100 pengguna produk iPhone

### **3.2 Desain dan Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Neuman (2007), penelitian kuantitatif merupakan metode deduktif yang diawali peneliti memikirkan dan merefleksikan konsep variabel yang diikuti dengan pembuatan prosedur pengukuran. Prosedur pengukuran merupakan penghubung antara variabel dan data dimana konsep variabel diubah menjadi operasional dan diakhiri dengan data empiris. Penelitian kuantitatif menghasilkan informasi berupa angka yang mewakili konsep penelitian.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode komparasi. Penelitian komparatif adalah penelitian yang akan membandingkan dua variabel seperti yang telah dijelaskan oleh (Arikunto,2006) bahwa Penelitian komparasi akan dapat menemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan tentang benda-benda, tentang orang, tentang prosedur kerja, tentang ide-ide, kritik terhadap orang lain, kelompok, terhadap suatu ide atau suatu prosedur kerja. Dapat juga membandingkan kesamaan pandangan dan perubahan-perubahan pandangan orang, grup atau negara, terhadap kasus, terhadap orang, peristiwa, atau ide-ide.

### **3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **3.3.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah variabel tunggal yaitu kepuasan konsumen

### 3.3.2 Definisi Operasional

Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan yang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (dalam hal ini adalah produk iPhone dan Samsung) dan yang diharapkan pengguna masing-masing *smartphone* tersebut.(Kotler, 2000).

Indikator kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah kinerja (*performance*), ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), keandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), daya tahan (*durability*), *Serviceability*, estetika, kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).(Tjiptono, 2008)

### 3.3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner (angket) yang disusun dengan skala likert. Sugiyono (2009) mengungkapkan skala likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu fenomena sosial tertentu.

## 3.4 Pengembangan Instrumen Penelitian

Istrumen yang digunakan dalam penelitian ini disusun dan dikembangkan sendiri oleh peneliti. Berikut penjelasan mengenai instrumen penelitian dari variabel terkait.

Tabel 3.1 Instrumen Kepuasan Konsumen

Variabel	No	Aspek	No Item		Jumlah
			<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Kepuasan konsumen	1.	<i>Performance</i>	1, 2,	3,4	4
	2.	<i>Ciri-ciri keistimewaan (features)</i>	5,6,7		3
	3.	Keandalan ( <i>reliability</i> )		8,9,10	3
	4	Kesesuaian dengan spesifikasi	11		1
	5	Daya tahan ( <i>durability</i> )	12, 15	13, 14	4
	6	<i>Service ability</i>	16	17, 18	3
	7	Estetika	19, 21	20	3
	8	Kualitas yang dipersepsikan ( <i>perceived quality</i> )	22, 23		2
<b>Jumlah</b>			<b>13</b>	<b>10</b>	<b>23</b>

Adapun skala yang digunakan dalam instrumen ini adalah skala Likert dengan 5 (lima) alternatif jawaban yang terdiri dari SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), R (Ragu-Ragu), TS (Tidak Sesuai), dan STS (Sangat Tidak Sesuai).

Dari setiap pernyataan responden diminta untuk memilih salah satu alternatif jawaban yang paling sesuai dengan keadaan responden. Nilai untuk setiap alternatif jawaban dari alat ukur kepuasan konsumen tersebut adalah

Tabel 3.2 Nilai Pilihan Jawaban Kepuasan Konsumen

Pilihan Jawaban	<i>Favourable (+)</i>	<i>Unfavourable (-)</i>
Sangat Sesuai (SS)	5	1
Sesuai (S)	4	2
Ragu-ragu	3	3
Tidak Sesuai (TS)	2	4
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	5

Pada instrumen kepuasan konsumen, kategori skala yang digunakan berfungsi untuk mengetahui tipe tingkat kepuasan konsumen yang dimiliki oleh setiap subjek. Kepuasan konsumen pada subjek dapat diketahui berdasarkan skor maksimal pada dimensi kepuasan konsumen tersebut.

### 3.5 Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan uji coba alat ukur kepuasan konsumen, peneliti melakukan uji validitas terlebih dahulu. Setelah melakukan uji validitas, kemudian dilakukan uji coba dan dilakukan uji reliabilitas. Adapun uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan suatu instrument dapat mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas instrument yang digunakan oleh peneliti adalah validitas isi. Validitas ini adalah pengujian validitas terhadap isi instrument yang dilakukan dengan meminta penilaian dari orang yang dianggap kompeten atau *expert judgement*. Para pakar tersebut melakukan penilaian terhadap format tampilan dari alat ukur dan sejauh mana isi alat ukur telah merepresentasikan ciri-ciri atribut yang hendak diukur (Nisfiannoor, 2009).

#### b. Uji Reliabilitas

Sebelum melakukan uji reliabilitas dilakukan perhitungan korelasi total item terlebih dahulu untuk mengetahui item mana saja yang dapat digunakan untuk mengukur suatu variabel. Apabila suatu item memiliki koefisien

korelasi lebih besar dari 0,3 maka item tersebut merupakan item yang lolos dan dapat digunakan. Namun apabila item yang lolos sangat sedikit dari yang tidak memenuhi jumlah yang diinginkan, maka batas kriteria dapat diturunkan dari 0,3 menjadi 0,2 (Ihsan, 2013).

Lalu dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat diandalkan. Hasil koefisien reliabilitas tersebut digolongkan ke dalam beberapa kriteria koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* menurut Guildford, diantaranya:

Tabel 3.3 Kriteria Reliabilitas Guildford

Kriteria	Koefisien reliabilitas $\alpha$
Sangat reliabel	> 0,900
Reliabel	0,700-0,900
Cukup reliabel	0,400-0,700
Kurang reliabel	0,200-0,400
Tidak reliabel	< 0,200

Berikut merupakan koefisien reliabilitas dengan bantuan *software* SPSS versi 20.0 *for windows*.

Setelah dilakukan uji coba instrumen terhadap 200 pengguna Samsung dan iPhone di kota Bandung maka dilakukan uji reliabilitas dengan teknik *Alpha Cronbach*, maka diperoleh koefisien reliabilitas dari 23 item instrumen kepuasan konsumen sebagai berikut:

Tabel 3.4 Hasil Reliabilitas Uji Coba Penelitian (*Try Out*)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.838	23

Dari 23 item yang diuji cobakan terdapat 17 item yang memiliki koefisien korelasi  $\geq 0,3$  dan terdapat  $\leq 0,3$  diantaranya item 11, 16, 18, 19, 20, 21. Namun karena item yang dibuang terlalu banyak, peneliti menurunkan koefisien korelasi

menjadi  $\geq 0,2$  sehingga item yang tidak memenuhi nilai koefisien korelasi menjadi item no 21.

Tabel 3.5 Hasil Reliabilitas Setelah Uji Coba

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.854	22

Dari tabel di atas, diketahui bahwa instrument kepuasan konsumen dengan 22 item memiliki koefisien reliabilitas 0,854, hal ini menunjukkan bahwa instrument tersebut reliabel berdasarkan koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan data penelitian ini berupa data interval dan teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* yang termasuk ke dalam *non probability sampling*, sehingga teknik analisa digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen pengguna *smartphone* iPhone dan Samsung. Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan t-test atau uji t.

Seluruh data yang didapatkan ditabulasikan dan dianalisis dengan menggunakan bantuan program komputer *SPSS* versi 16.0

#### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2005: 110) “uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”. Cara yang dapat digunakan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal adalah dengan melakukan uji Kolmogorov Smirnov terhadap model yang diuji. Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi atau probabilitas  $> 0.05$ , maka residual memiliki distribusi normal dan apabila nilai signifikansi atau probabilitas  $< 0.05$ , maka residual tidak memiliki distribusi normal.

Berikut ini adalah hasil uji normalitas yang dilakukan pada hasil penelitian:

Tabel 3.6 Hasil Uji Normalitas Data

Tests of Normality							
	produk	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
				Sig.	Statistic	df	Sig.
skortotal	1	0.076	107	<b>0.152</b>	0.983	107	<b>0.201</b>
	2	0.072	100	<b>.200*</b>	0.989	100	<b>0.562</b>

Dari hasil uji normalitas yang telah dilakukan maka dari hasil penelitian ini berdistribusi normal karena hasil uji normalitas yang telah dilakukan  $<0,05$ .

#### b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas bertujuan untuk mengetahui apakah varians skor yang diukur pada kedua sampel memiliki varians yang sama atau tidak. Populasi-populasi dengan varians yang sama besar dinamakan populasi dengan varians yang homogen, sedangkan populasi-populasi dengan varians yang tidak sama besar dinamakan populasi dengan varians yang heterogen.

Faktor-faktor yang menyebabkan sampel atau populasi tidak homogen adalah proses sampling yang salah, penyebaran yang kurang baik, bahan yang sulit untuk homogen, atau alat untuk uji homogenitas rusak. Apabila sampel uji tidak homogen maka sampel tidak bisa digunakan dan perlu dievaluasi kembali mulai dari proses sampling sampai penyebaran bahkan bila memungkinkan harus diulangi sehingga mendapatkan sampel uji yang homogen.

Berikut hasil dari uji homogenitas yang dilakukan pada penelitian ini.

Tabel 3.7 Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances			
skortotal			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
0.106	1	205	<b>0.745</b>

Dari hasil uji homogenitas dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bersifat homogenitas karena  $<0,05$ .

### 3.7 Kategorisasi Skala

Penelitian ini menggunakan kategorisasi skala yang didasarkan pada skor mentah. Skor mentah yang digunakan peneliti adalah skor mentah dengan rumus tiga level, sehingga menghasilkan tiga kategorisasi kelompok (Azwar, 2012). Dimana pengelompokan tersebut didasarkan pada rumus sebagai berikut:

Tabel 3.8 Rumus Norma Kriteria

Kriteria	Rumus
Tinggi	$T > \bar{X} + 1\sigma$
Sedang	$\bar{X} - 1\sigma \leq T \leq \bar{X} + 1\sigma$
Rendah	$T < \bar{X} - 1\sigma$

Untuk subjek yang memiliki skor di bawah rata-rata skor mentah maka termasuk dalam kategori rendah, sementara subjek subjek yang memiliki skor yang sama dengan rata-rata skor mentah maka termasuk dalam kategori sedang, dan subjek yang memiliki skor di atas rata-rata skor mentah, maka termasuk ke dalam kategori tinggi (Ihsan, 2013). Dengan menggunakan rumus tersebut maka diperoleh pengkategorian variabel kepuasan konsumen sebagai berikut:

Tabel 3.9 Norma Kriteria Variabel Kepuasan Konsumen

Kriteria	Rumus	Rentang
Tinggi	$x > \mu + 1\sigma$	$X > 89.4$
Sedang	$\mu - 1\sigma \leq X \leq \mu + 1\sigma$	$67.5 \leq X \leq 89.4$
Rendah	$X < \mu - 1\sigma$	$X < 67.5$