BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Hal ini sesuai dengan pendapat Arikunto (2006) yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menguakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

Sedangkan menurut Travers (1978) dalam Husein Umar (2005) penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab - sebab dari suatu gejala tertentu. Dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran *brand experience, brand affect,* dan kepuasan pelanggan.

Penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, dimana dalam penelitian ini akan mengungkapkan hubungan sebab dan akibat (*cause and effect relationship*). Dalam penelitian ini akan dilakukan pengujian mengenai pengaruh antara *brand bxperience* dan *brand affect* terhadap kepuasan pelanggan secara simultan dan parsial.

3.2 Deskripsi Populasi Dan Penentuan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa – mahasiswi yang masih menjalani prosess perkuliahan di Kampus 1 Universitas Wijaya Putra.

Penelitian ini dilakukan di lingkungan Kampus 1 Universitas Wijaya Putra, yang beralamat di Jl. Raya Benowo No. 1-3, Kecamatan Pakal Kota Surabaya. Alasan peneliti memilih Kampus 1 Universitas Wijaya Putra, karena lokasi ini merupakan salah satu tempat bertemu dan berkumpulnya subjek yang akan di teliti, dalam hal ini subjek tersebut adalah mahasiswa – mahasiswi Strata 1 pengguna kartu telepon seluler IM3.

3.2.2 Sampel

Menurut Arikunto (2006) sampel adalah sebagian atau wakil dari jumlah populasi yang diteliti. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *quota sampling*. Menurut Sugiyono (2011) pengertian *quota sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan. Adapun kriteria – kriteria penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa – mahasiswi pada Kampus 1 Universitas Wijaya Putra, mulai dari semester awal sampai dengan semester akhir yang sedang dalam menjalani prosess perkuliahan Strata 1, yang berusia minimum 18 tahun.
2. Mahasiswa – mahasiswi yang menggunakan kartu telepon seluler IM3

Sampel dari penelitian ini adalah bagian dari jumlah populasi pada mahasiswa – mahasiswi Kampus 1 Universitas Wijaya Putra, yaitu 80 mahasiswa atau mahasiswi Strata 1 pelanggan pengguna kartu telepon seluler IM3.

3.3 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Pengertian Variabel

Menurut Sugiyono (2012) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Jadi yang dimaksud dengan variabel penelitian dalam penelitian ini adalah segala sesuatu sebagai objek penelitian yang ditetapkan dan dipelajari sehingga memperoleh informasi untuk menarik kesimpulan.

3.3.2 Variabel Dalam Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 jenis variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Seperti yang disampaikan Sugiyono (2009) bahwa variabel penelitian dalam penelitian kuantitatif dapat dibedakan menjadi dua macam sebagai berikut :

1. Variabel bebas (*independent variable*)

   Variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah *brand experience* dan *brand affect*.

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

   Variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atu yng menjadi akibat krena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan pengguna kartu telepon seluler IM3 pada mahasiswa Kampus 1 Universitas Wijaya Putra.

3.3.3 Definisi Operasional Variabel

Untuk meneliti bagaimana kepuasan pelanggan pengguna kartu telepon seluler IM3 pada mahasiswa Kampus 1 Universitas Wijaya Putra, penulis menentukan operasional variabel. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian dapat dilakukan secara benar, sesuai dengan judul penelitian.

Operasionalisasi variabel dalam penelitian tentang kepuasan pelanggan pengguna kartu telepon seluler IM3 pada mahasiswa Kampus 1 Universitas Wijaya Putra akan dijelaskan dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.1

Variabel operasional penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran	Skor
Brand Experience (X1) (Brakus, Schmitt dan Zarantonello 2008)	Sensasi, perasaan, kognisi dan tanggapan konsumen yang di timbulkan oleh merek, terkait rangsangan yang ditimbulkan oleh desain merek, identitas merek, komunikasi pemasaran, orang dan merek tersebut dipasarkan	1. Desain dan identitas merek 2. *Co-branding* 3. Komunikasi pemasaran 4. Lingkungan	Sangat tidak setuju Tidak setuju Setuju Sangat setuju	1 2 3 4

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran	Skor
Brand Affect (X2) (Moorman, Zaltman, dan Deshpande (1992) dalam Jahangir, et al (2009)	Potensi merek untuk menimbulkan respons emosional positif dalam rata-rata konsumen sebagai akibat dari penggunaannya	1. Merek menciptakan pengaruh persuasif 2. Merek memberikan kepuasan 3. Merasa percaya diri saat memakai merek	Sangat tidak setuju Tidak setuju Setuju Sangat setuju	1 2 3 4

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran	Skor
Kepuasan Pelanggan (Y) (Kotler dan Keller 2009)	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandngkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan	1. Pelayanan 2. Kualitas Produk 3. Harga 4. Harapan & Kenyataan	Sangat tidak setuju Tidak setuju Setuju Sangat setuju	1 2 3 4

3.4 Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian

3.4.1 Sumber Data

Menurut Arikunto (2006) mengemukakan bahwa sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer, di mana data yang diperoleh penulis merupakan data yang diperoleh secara langsung, artinya data-data tersebut berupa data yang diperoleh peneliti langsung melalui responden.

1. Data Primer

   Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti baik dari pribadi (responden) maupun dari suatu perusahaan yang mengolah data untuk keperluan penelitian, seperti dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan di Kampus 1 Universitas Wijaya Putra .

2. Data Sekunder

   Merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain. Menurut Sugiyono (2010) sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2006) teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Dalam penggunaan tenik pengumpulan data, peneliti memerlukan instrumen yaitu alat bantu agar pengerjaan pengumpulan data menjadi lebih mudah. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

1. *Library Research* (penelitian kepustakaan)

   Yaitu pengumpulan data-data dari literatur, sumber-sumber lain yang berhubungan dengan masalah, menbaca, dan mempelajari buku-buku untuk memperoleh data-data yang berkaitan.

2. *Field Research* (penelitian lapangan)

   Yaitu peneliti melakukan pengamatan secara langsung kepada mahasiswa – mahasiswi yang ada di Kampus 1 Universitas Wijaya Putra.

Adapun cara yang dilakukan dalam peneltian ini adalah :

a. Observasi (pengamatan)

   Pengamatan ini dilakukan secara langsung pada obyek penelitian yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan pengguna kartu telepon seluler di Kampus 1 Universitas Wijaya Putra.

b. Mengajukan pertanyaan (kuesioner)

   Peneliti mengajukan daftar pertanyaan kepada responden. yang kemudian pertanyaan - pertanyaan diukur dengan menggunakan skala dengan interval 1 - 4, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju.

c. Interview (wawancara)

   Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara melakukan tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap narasumber atau sumber data. Pengamatan ini dilakukan secara langsung pada obyek penelitian yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan pengguna kartu telepon seluler di Kampus 1 Universitas Wijaya Putra.

d. Dokumentasi

   Gambar atau foto yang berhubungan dengan penelitian pengaruh *brand experience* dan *brand affect* terhadap kepuasan pelanggan pengguna kartu telepon seluler IM3 diperoleh dengan cara pengambilan gambar atau foto.

3.4.3 Prosess Pengumpulan Data

Dari data yang dikumpulkan, kemudian diolah, disusun, dan dibandingkan serta dianalisis dengan dasar teori dan ditarik suatu kesimpulan untuk memberi saran yang diperlukan. Proses pengolahan data meliputi :

1. Editing

   Cara pengumpulan data dengan cara memilih-milih data yang sesuai dengan keperluannya, sehingga memudahkan dalam pengolahan.

2. Coding

   Pemberi kode atau simbol, baik berupa angka, huruf atau kata-kata pada variable tertentu sebelum proses tabulasi.

3. Tabulasi

   Menyusun tabel-tabel untuk tiap variabel atau data sehingga tersusun dengan jelas.

3.4.4 Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (2006) instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya lebih baik.Alat yang digunakan oleh peneliti sebagai alat pengumpulan data adalah tes dan lembar observasi.

Menurut Sugiyono (2011) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.

Jadi, semua data yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah, atau mengumpulkan, mengolah, menganalisa dan menyajikan data – data secara sistematis serta objektif dengan tujuan memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis disebut instrumen penelitian.

Pada penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu di arahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah di rumuskan karena datanya kuantitatif maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. Analisis data kuantiatif menggunakan data berbentuk angka - angka yang diperoleh sebagai hasil pengukuran atau penjumlahan dari kuesioner.

Untuk mendapatkan data kuantitatif, digunakan skala *likert* yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang digolongkan kedalam lima tingkatan Sugiyono (2014), tetapi dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan empat tingkatan skala *likert* karena responden di Indonesia cenderung bersikap netral atau ragu - ragu dan untuk menghindari hasil penelitian yang biasa. Berikut adalah contoh skala *likert* yang akan digunakan dalam penelitian :

1. Untuk jawaban STS sangat tidak setuju diberi nilai = 1
2. Untuk jawaban TS tidak setuju diberi nilai = 2
3. Untuk jawaban S setuju diberi nilai = 3
4. Untuk jawaban SS sangat setuju diberi nilai = 4

Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dikemukakan mengenai pengaruh *brand experience* dan *brand affect* terhadap

kepuasan pelanggan pengguna kartu telepon seluler IM3 dengan menggunakan Uji Validitas data dan Reliabilitas data, dengan bantuan program SPSS versi 22 *(Statistical Package for Social Science*).

3.5 Teknik Keabsahan Data

3.5.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner Ghozali (2011). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengukuran tersebut harus mampu memberikan gambaran mengenai perbedaan yang sekecil-kecilnya diantara subjek satu dengan yang lainnya.

Menurut Ghozali (2011), mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) =n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jadi df yang digunakan adalah 80-2 = 78 dengan alpha sebesar 5% maka menghasilkan nilai r tabel (uji dua sisi) sebesar 0,2199 dengan ketentuan:

Hasil r hitung > r tabel (0,2199) = valid

Hasil r hitung < r tabel (0,2199) = tidak valid

Jika r hitung (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item – total correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka pernyataan tersebut dikatakan valid.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu Ghozali (2011). Dalam pengujian ini, peneliti mengukur reliabelnya suatu variabel dengan cara melihat *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan lebih besar dari 0,70. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 Nunnally dalam Ghozali (2011).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan cara untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh dapat menghasilkan estimator linier yang baik. Jika telah memenuhi asumsi klasik, berarti model regresi ideal (tidak bisa) (*Best Linier Unbias Estimator / BLUE*).

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data menyebar secara normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data tersebut mengikuti sebaran normal dapat dilakukan dengan metode Kolmogrov – Smirnov dan Shapiro Wilk. Pedoman dalam mengambil keputusan apakah distribusi data mengikuti distribusi normal adalah Sumarsono (2002) :

a. Jika nilai signifikasi atau probabilitasnya < 5%, maka distribusi adalah tidak normal.
b. Jika nilai signifikasi atau probabilitasnya > 5%, maka distribusi adalah normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel -variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang memiliki nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol Ghozali (2011). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel - variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Menganalisis matriks korelasi variabel - variabel independen. Jika antar variabel ada korelasi yang cukup tinggi umumnya diatas 0,90, maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas. Tidak adanya kolerasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolinieritas. Multikolinieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.

3. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerane* dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena VIF = 1/*Tolerance*). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10. Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolinieritas yang masih dapat ditolerir. Sebagai misal nilai *Tolerance* = 0,10 sama dengan tingkat kolinieritas 0,95. Walaupun multikolinieritas dapat dideteksi dengan nilai *Tolerance* dan VIF, tetapi kita masih tetap tidak mengetahui variabel - variabel *independen* mana sajakah yang saling berkolerasi.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Kebanyakan data *crossection* mengandung situasi

heteroskesdatisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Diagnosis adanya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan *glejser test*. Yaitu dengan cara meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel bebas. Jika nilai signifikansi > 0.05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas artinya lolos uji heteroskedastisitas. Ghozali (2011)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai vaiabel bebas, yaitu *brand experience* dan *brand affect* terhadap satu variabel terikat, yaitu kepuasan pelanggan Ghozali (2009). Formula untuk regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\boxed{\mathbf{Y = \alpha + b_1X_1 + b_2\ X_2 + e}}$$

Dimana :

Y = kepuasan pelanggan

α = konstanta

X_1 = *brand experience*

X_2 = *brand affect*

b_1 = koefisien regresi untuk varibel *brand experience*

b_2 = koefisien regresi untuk varibel *brand affect*

e = standard error

3.6.2 Koefisien Korelasi (R)

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel. Korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. (Ghozali, 2011)

3.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. 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. Kelemahan mendasar dalam penggunaan koefisien determinasi adalah jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, Maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independen. Oleh karena itu, banyak peneliti yang menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti nilai R^2 nilai *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model, Ghozali (2011).

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji F Hitung (Uji Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama - sama terhadap variabel terikat Ghozali (2011).

Untuk menguji kedua hipotesis ini menggunakan uji statistik F :

1. Taraf signifikan $\alpha = 0,05$
2. Kriteria pengujian dimana H_2 diterima apabila p value $< \alpha$ dan H_2 ditolak apabila p *value* $> \alpha$.

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka H_1 ditolak dan menerima H_2.

3.6.4.2 Uji t Hitung (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen Ghozali (2011). Variabel bebas dinyatakan berpengaruh terhadap variabel terikat apabila mempunyai tingkat signifikansi dengan toleransi kesalahan peramalan < 0,05 sehingga bisa disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan, berarti atau bermakna dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya.