

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis-jenis penelitian dapat dikelompokkan menurut tujuan, pendekatan, tingkat eksplansi, dan analisis serta jenis data. Dengan mengetahui jenis-jenis penelitian tersebut maka penelitian diharapkan dapat melihat metode yang paling efektif dan efisien untuk mendapatkan informasi yang akan digunakan untuk memecahkan masalah. Secara umum jenis penelitian biasanya dibedakan dari bentuk data yang digunakan. Riset berdasarkan jenis data menurut Suliyanto (2020:11), dibagi menjadi:

1. Riset kualitatif adalah riset yang didasarkan pada data kualitatif yaitu tidak berbentuk angka atau bilangan sehingga hanya berbentuk pernyataan-pernyataan atau kalimat.
2. Riset kuantitatif adalah riset yang didasarkan pada data kuantitatif yaitu berbentuk angka atau bilangan.
3. Riset gabungan/kombinasi adalah riset yang menggunakan data kualitatif dan kuantitatif.

Berdasarkan pendapat diatas, peneliti menarik kesimpulan bahwa jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif.

3.2. Variabel Penelitian

Menurut Suryabrata (2018:25), bahwa istilah variabel dapat diartikan bermacam-macam. Dalam penelitian ini variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Sering pula dinyatakan variabel penelitian itu sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti". Maka variabel Y dinamakan variabel dependen dan variabel X adalah variabel bebas. Sehingga variabel X1 (Promosi) dan X2 (Kualitas Layanan) yang merupakan variabel bebas

dan variabel Y (Kepuasan Pelanggan) yang merupakan variabel dependen (terikat).

Tabel 3. 1 Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Promosi	Menurut Tjiptono (2020:387), “Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, mengajak, dan mengingatkan kembali konsumen tentang merek dan produk perusahaan”.	1. <i>Advertising</i> 2. <i>Sales Promotion</i> 3. <i>Personal Selling</i> 4. <i>Public Relations</i> 5. <i>Direct Marketting</i>	Likert
Kualitas Layanan	Menurut Manengal (2021:12), menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan	1. Keandalan (<i>Reliability</i>) 2. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) 5. Berwujud (<i>Tangibles</i>)	Likert
Kepuasan Pelanggan	Menurut Philip Kotler (2020:14), kepuasan	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung	Likert

	pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk atau layanan yang dirasakan dengan harapan pelanggan.	3. Kesiediaan merekomendasikan	
--	--	--------------------------------	--

(Sumber: Olahan Peneliti, 2025)

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sudjana (2020:11), “totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung atau pengukuran, kualitatif maupun kuantitatif mengenai karakteristik dari semua anggota kumpulan yang ingin dipelajari sifat-sifat disebut populasi”.

Sedangkan menurut Umar (2019:77), “populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel”.

Dalam penulisan ini, yang menjadi populasinya adalah pelanggan di PT. Narindo Solusi Komunikasi Kota Gunungsitoli dari juni 2024 s.d maret 2025 diperkirakan sebanyak 150 orang.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi penulisan yang mewakili populasi tersebut. Dari populasi yang telah ditetapkan, peneliti mengambil sampel yang representatif artinya diwakili dan dapat mewakili keseluruhan populasi.

Menurut Arikunto (2019:134), “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila subjek yang diteliti lebih dari 100 orang, maka dapat diambil 10 % sampai 20 % dari populasi.

Selanjutnya jika subjek yang diteliti kurang dari 100 orang maka sampel adalah populasi”.

Dalam penelitian ini, populasi berjumlah 150 orang, sehingga peneliti mengambil 20% dari populasi tersebut, yaitu sebanyak 30 orang. Pemilihan angka 20% dipertimbangkan agar jumlah sampel cukup besar untuk memberikan data yang representatif namun tetap efisien dalam pengumpulan data. Pengambilan sampel menggunakan metode Probability sampling, Metode yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, seperti pernah menggunakan layanan dan mengikuti promosi perusahaan dalam kurun waktu tertentu.

3.4. Instrumen Penelitian

Menurut Khairinal (2020:282) desain penelitian adalah suatu rancangan bangun rencana dan struktur penyelidikan yang disusun sedemikian rupa sehingga peneliti dapat memperoleh jawaban untuk pertanyaan-pertanyaannya penelitian. Rencana merupakan suatu skema menyeluruh yang mencakup program penelitian. Desain penelitian bagi seorang peneliti adalah untuk menentukan dan menggunakan langkah-langkah tentang apa saja yang menjadi pegangan atau pedoman metode dalam melakukan penelitian. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2019:16) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Untuk mendukung sebuah penelitian dengan data-data yang akurat dan baik dalam bentuk data primer sangat dibutuhkan untuk menentukan keberhasilan dari penelitian tersebut. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni Kuesioner (Angket).

Dalam penelitian ini angket akan diedarkan kepada seluruh responden, yang terdiri beberapa opsi alternatif jawaban, bisa menggunakan skala likert untuk mengukur tingkat kesetujuan atau tidak setuju responden terhadap pertanyaan tertentu. Dimana tiap opsi tersebut memiliki bobot sebagai berikut.

Penilaian/Keterangan	Nilai skor
Opsi (SS) Sangat setuju diberi skor	5
Opsi (S) Setuju diberi skor	4
Opsi (N) Netral diberi skor	3
Opsi (TS) Tidak setuju diberi skor	2
Opsi (STS) Sangat tidak setuju diberi skor	1

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, keberadaan data-data memiliki nilai yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan dari penelitian yang sedang dilaksanakan. Karena hal tersebut di atas, maka pengumpulan data-data yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan-pendekatan atau cara tertentu sebagaimana yang telah ditetapkan oleh prosedur penelitian yang telah ditetapkan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah:

1. Pengamatan (*Observasi*)

Peneliti mengumpulkan data secara langsung melalui pengamatan di lapangan terhadap gejala-gejala atau fakta yang terdapat di lokasi penelitian.

2. Angket (*Questioner*)

Untuk memperoleh data menyangkut tentang Promosi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, peneliti menyiapkan angket/kuesioner. Selanjutnya tanggapan/jawaban responden atas angket/kuesioner yang telah diedarkan peneliti, diolah dan dianalisis dengan teknik analisa yang digunakan pada penelitian ini.

3. Dokumentasi

Yaitu metode pengumpulan data dan informasi melalui foto atau dokumentasi sebagai bukti di lapangan selama peneliti melaksanakan kegiatan pengumpulan data yang dibutuhkan.

3.6. Teknik Analisa Data

Analisis Data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, kuesioner dan dokumentasi. Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan di analisis dengan alat statistik melalui bantuan *software*. Adapun pengujian yang dilakukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

3.6.1. Uji Instrumen

a. Uji Validatas Data

Uji Validatas Data merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalah atau kesabaran suatu alat ukur. Uji validatas data yang digunakan oleh peneliti menggunakan aplikasi *SPSS* dimana merupakan salah satu aplikasi untuk menganalisis data statistik Dasar pengambilan keputusan uji validatas data adalah sebagai berikut:

Menurut Sugiyono (2019) “Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Tujuan uji validitas ini adalah untuk menguji keabsahan instrumen penelitian yang hendak disebarkan. Teknik yang akan digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi product moment.

1. Jika nilai r hitung dengan nilai r table.
 - a. Jika nilai r hitung $> r$ table, maka item soal angket tersebut dinyatakan *valid*.
 - b. Jika nilai r hitung $< r$ table, maka item soal angket tersebut dinyatakan tidak *valid*.
2. Membandingkan nilai Sig. (2-tailed) dengan probabilitas 0,05

- a. Jika nilai sig. (2-tailed) $> 0,05$ dan person Correlation bernilai positif, maka item soal angket tersebut *valid*.
- b. Jika nilai sig. (2-tailed) $< 0,05$ dan person correlation bernilai negative, maka item soal angket tersebut tidak *valid*.

Dalam dasar keputusan di atas kita bisa simpulkan, apabila data valid maka angket berkorelasi signifikan terhadap skor total artinya item angket sesuai.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas instrument dapat dilihat dari besarnya nilai cronbach alpha pada masing-masing variabel. cronbach alpha digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interitem. Interitem untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki cronbach alpha lebih besar dari 0,7. Ketidak konsistenan dapat terjadi mungkin karena perbedaan persepsi responden atau kekurangan pemahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Menurut Agussalim (2019:55), Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Menurut Saragih Santoso (2020:23), dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat *problem multikolinieritas*. Model regresi yang baik seharusnya

tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, jika terbukti ada multikolinieritas seharusnya salah satu independen yang ada dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diulang kembali. Untuk menguji ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan *Tolerance*. Pedoman suatu regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka *tolerance* $> 0,1$. Batas vif adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Uji Scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

3.6.3. Uji Hipotesis

a) Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2019). Regresi linier adalah suatu metode yang digunakan untuk menyatakan pola hubungan antara variabel respon dengan variabel prediktor. Bila variabel predictor berjumlah lebih dari satu sehingga digunakan analisis regresi linier berganda. Pengamatan sebanyak n dengan variabel prediktor (x) sebanyak p maka model regresi dituliskan sebagai berikut: dengan

= nilai observasi variabel respon ke- i

- = nilai observasi variabel prediktor ke-k pada pengamatan ke-i
- = nilai intersep model regresi
- = koefisien regresi variabel prediktor ke-k
- = error pada pengamatan ke-i.

Pada pemodelan regresi terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi yaitu dengan memenuhi uji multikolinearitas dan uji asumsi residual yakni uji normalitas, uji homokedastisitas, dan uji autokorelasi.

Persamaan regresi yang muncul dari penelitian ini secara umum memiliki bentuk yakni:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

(Sumber : Purba, ddk 2021:206)

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien Regresi

X_1 = Promosi

X_2 = Kualitas Layanan

b) Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi merupakan salah satu ukuran statistik yang digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis ini penting dalam penelitian karena dapat memberikan gambaran sejauh mana variabel bebas (independent variable) berhubungan dengan variabel terikat (dependent variable). Dengan kata lain, koefisien korelasi menunjukkan kekuatan dan arah hubungan, apakah hubungan tersebut bersifat positif, negatif, atau tidak memiliki hubungan sama sekali.

Nilai koefisien korelasi biasanya dinyatakan dengan simbol r , yang berkisar antara -1 sampai dengan +1. Nilai $r = +1$ menunjukkan adanya hubungan positif sempurna, artinya jika nilai suatu variabel meningkat maka variabel lainnya juga meningkat secara proporsional. Sebaliknya, nilai $r = -1$ menunjukkan adanya hubungan negatif sempurna, artinya kenaikan pada suatu variabel diikuti oleh penurunan

pada variabel lainnya. Sedangkan nilai $r = 0$ menunjukkan tidak adanya hubungan antara kedua variabel.

Tabel 3. 2 Interpretasi Koefisien Korelasi

NO	Interval	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

(Sumber : Sugiyono, 2019)

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi atau yang biasa disebut dengan R-Square (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam sebuah model regresi. Dalam penelitian ini, uji determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel promosi (X1) dan kualitas layanan (X2) secara bersama-sama dalam menjelaskan variabel kepuasan pelanggan (Y). Nilai R^2 berada dalam rentang 0 sampai 1. Semakin mendekati angka 1, maka semakin besar proporsi variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 0, maka variabel independen hanya sedikit menjelaskan variabel dependen. Misalnya, jika diperoleh R^2 sebesar 0,65, maka dapat diartikan bahwa 65% variasi dari kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh promosi dan kualitas layanan, sedangkan sisanya 35% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Uji ini penting untuk melihat kekuatan hubungan secara keseluruhan antara variabel-variabel dalam penelitian.

d) Uji t

Uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, uji t dilakukan untuk mengetahui apakah promosi (X1) dan kualitas layanan (X2) secara individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hasil dari uji ini akan menunjukkan nilai t hitung yang kemudian dibandingkan dengan t tabel, atau dapat juga dilihat dari nilai signifikansi (Sig.) yang dihasilkan. Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Analisis ini penting untuk mengidentifikasi variabel mana yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Apabila t hitung $> t$ tabel dan tingkat signifikansi $< (0,05)$, maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
2. Apabila t hitung $< t$ tabel dan tingkat signifikansi $> (0,05)$, maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

e) Uji F

Uji F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F dilakukan untuk menguji apakah variabel promosi (X1) dan kualitas layanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, atau dengan melihat nilai signifikansi (Sig.) pada hasil analisis regresi. Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa promosi dan kualitas layanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Uji ini penting untuk menilai kekuatan model regresi yang digunakan dalam penelitian. Adapun 2 cara yang digunakan sebagai acuan atau pedoman dalam melakukan uji hipotesis dalam uji F yaitu :

1. Berdasarkan nilai signifikan

- a. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$, maka hipotesis diterima. Maka artinya

No	Tahapan Penelitian	Jadwal
		Promosi (x1) dan kualitas layanan (x2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (y)
		Promosi (x1) dan kualitas layanan (x2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (y)

- b. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$, maka hipotesis ditolak. Maka artinya Promosi (x1) dan kualitas layanan (x2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (y)

2. Berdasarkan Perbandingan nilai Fhitung dengan F tabel

- a. Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka hipotesis diterim. maka artinya Promosi (x1) dan kualitas layanan (x2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (y)
- b. Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka hipotesis ditolak. maka artinya Promosi (x1) dan kualitas layanan (x2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (y).

3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.7.1.Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. NARINDO SOLUSI KOMUNIKASI KOTA GUNUNGSITOLI.

3.7.2.Jadwal Penelitian

Untuk melaksanakan penelitian ini, perlu membuat acuan atau pedoman serta tahapan-tahapan yang akan dilaksanakan sehingga penelitian dapat terlaksana sesuai alurnya. Maka peneliti telah membuat jadwal sebagai panduan, sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Jadwal penelitian

		Februari (2025)				Maret (2025)		April (2025)		Mei (2025)			Juni (2025)			Juli (2025)				Agustus (2025)		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Pengajuan judul																					
2	Penyusunan proposal																					
3	Revisi Proposal																					
4	Seminar proposal																					
5	Revisi proposal																					
6	Penelitian																					
7	Pengolahan Data dan Bimbingan																					
8	Ujian Skripsi																					

Sumber : Olahan Peneliti, 2025