

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu pengamatan secara langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan dengan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif sering dinamakan metode tradisional, *positivistik*, *scientific*, dan metode *discovery*. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian.

Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.¹ Sedangkan penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang dikumpulkan untuk mencapai tujuan penelitian.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabet, 2013, h. 12

3.1.1 Data Primer

Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti.² Data pokok yang langsung berkaitan dengan kebutuhan analisis dalam penelitian ini. Data primer secara langsung pada objek penelitian melalui penelitian lapangan, yang diperoleh dengan melakukan wawancara langsung dengan karyawan pada Sultan Agung Tour & Travel Semarang, dan juga melalui pengisian kuesioner dan melakukan wawancara terhadap pelanggan Sultan Agung Tour & Travel Semarang.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Populasi (*population*), yaitu sekelompok orang, kejadian atau gejala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Anggota populasi disebut dengan elemen populasi.³ Populasi pun bukan sekedar jumlah pada subyek atau obyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek. Populasi memiliki dua status, yaitu: (1) sebagai obyek penelitian, jika populasi

² Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2014, h.104

³ Moh.Sidik Priadana dan Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009, h.103

bukan sebagai sumber informasi, tetapi sebagai substansi yang diteliti, seperti kepuasan kerja, komitmen organisasional, kinerja karyawan (sebagai sumber daya manusia), dsb. serta (2) sebagai subyek penelitian, jika berfungsi sebagai sumber informasi, seperti manusia, dokumen, produk, dan lain-lain. Bahkan dalam penelitian tertentu, populasi penelitian juga dapat puula berperan ganda sebagai subyek dan obyek penelitian.⁴

Populasi yang akan dijadikan obyek dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Sultan Agung Tour & Travel Semarang. Dalam hal ini jumlah populasi konsumen 3.170, hasil konsumen selama 1 tahun terakhir.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah meneliti sebagian dari elemen populasi.⁵ Teknik pengambilan sampel menggunakan quota sampling yaitu cara pengambilan sampel di mana jumlah responden yang akan diteliti ditetapkan terlebih dahulu, baru kemudian siapa yang akan dipilih menjadi anggota sampel terserah

⁴Oktaviani HS, *Metodelogi Penelitian-Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, Yogyakarta: CV Andi, 2010, h. 185

⁵ Moh.Sidik Priadana dan Salusin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, Yogyakarta: GrahaIlmu, 2009, h.103

peneliti.⁶Sedangkan untuk mendapatkan sampel yang dapat menggambarkan populasi, maka dalam penentuan sampel penelitian menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:⁷

$$n = \frac{N}{N(d)^2+1}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel yang dicari

N = Jumlah Populasi

d = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan/*margin of error max.*

$$n = \frac{3.170}{3.170(0,1)^2+1}=96,94=> 100$$

Margin of error max yang digunakan adalah 10%.Jadi, sampel pada penelitian ini berjumlah 100 konsumen.

3.3 Metode pengumpulan Data

Teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

⁶ Anwar Sanusi, *Metodologi....*, h.95

⁷M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2011, h. 115

3.3.1 Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian.⁸Metode wawancara membutuhkan kemampuan atau pendekatan personal yang kreatif dalam mengembangkan bahan wawancara dan mampu mendorong informan bercerita bebas dan terbuka.⁹Dalam hal ini yakni wawancara langsung pada karyawan Sultan Agung Tour & Travel Semarang yang dianggap berwenang memberikan informasi mengenai masalah yang diteliti.

3.3.2 Kuesioner/angket

Angket/kuesioner adalah pertanyaan formal secara konsisten, terangkai dan tertulis yang ditujukan untuk memperoleh informasi dari responden.¹⁰ Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu,

⁸Anwar Sanusi, *Metodologi....*, h.105

⁹Tony wijaya, *Metodologi....*, h.21

¹⁰*Ibid*

kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.¹¹

3.4 Identifikasi Variabel penelitian dan Pengukuran

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel dapat disamakan dengan sesuatu yang dapat digunakan untuk membedakan atau merubah nilai, sebagai sinonim, dari konstruk yang dinyatakan dengan nilai atau angka.¹² Variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. variabel bebas (x) adalah variabel yang memengaruhi (stimulus) atau variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *total quality management* dan kinerja pelayanan islami.
2. Variabel terikat (y) adalah variabel yang dipengaruhi (respon) atau variabel yang nilainya tergantung oleh perubahan variabel yang lain.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2007, h. 199.

¹² Tony wijaya, *Metodologi.....*, h.13

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen Sultan Agung Tour & Travel Semarang.

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional berisikan indikator dari suatu variabel yang memungkinkan penelitian mengumpulkan data secara relevan sehingga dari masing-masing variabel tersebut telah terarah dan sesuai dengan metode pengukuran yang telah direncanakan. Operasional masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. *Total quality management*, diukur dengan indikator sebagai berikut: (a) Komitmen, (b) konsisten, (c) Kompetensi, (d) Hubungan, (e) Komunikasi, (f) Kredibilitas, (g) Perasaan, (h) Kesopanan, (i) Kerjasama, (j) Kemampuan, (k) Kepercayaan, dan (l) Kritik.
2. Kinerja pelayanan islami, diukur dengan indikator sebagai berikut: (a) sikap dan perilaku petugas yang islami, (b) fasilitas dan sarana pelayanan yang islami, (c) prosedur, tata cara atau mekanisme pelayanan yang islami, dan (e) pembiayaan pelayanan yang islami.

3. Kepuasan konsumen, diukur dengan indikator sebagai berikut: (a) Bukti langsung (*tangible*), (b) Keandalan, (c) Daya tanggap, (d) Jaminan, dan (e) Empati.

3.4.3 Pengukuran

Pengukuran variabel penting dalam penelitian karena untuk mengetahui atau menghubungkan antara konsep abstrak dengan realitas. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.¹³

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator, dari indikator dijabarkan menjadi sub indikator yang dapat diukur. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.¹⁴

¹³Tony Wijaya, *Metodologi....*, h. 138

¹⁴Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: Rajawali, 2012, h.139

Untuk memudahkan dalam menganalisis data, maka variabel yang digunakan diukur dengan mempergunakan model skala 5 tingkat (*likert*) yang memungkinkan konsumen dapat menjawab pertanyaan dari setiap butir yang di dalamnya menguraikan dimensi total quality management, kinerja pelayanan Islami dan kepuasan konsumen dengan bentuk penilaian sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skor Jawaban

No	Pilihan Jawaban	Nilai
1.	SS = Sangat Setuju	5
2.	S = Setuju	4
3.	N = Netral	3
4.	TS = Tidak Setuju	2
5.	STS = Sangat Tidak Setuju	1

3.5 Teknik Analisis Data

Di dalam penelitian ini ada beberapa analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh total quality management (TQM) dan kinerja pelayanan islami terhadap kepuasan konsumen. Uji data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.¹⁵ Valid didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklasifikasikan pada variabel-variabel yang telah ditetapkan. Apabila suatu pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut maka data tersebut disebut valid.

Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen penelitian, digunakan program SPSS 16. Output pada uji validitas yang diinterpretasikan adalah pada tabel Pearson correlation yang merupakan hasil korelasi dari skor pada item dengan skor total item-nya. Dengan sampel (n) = 100 dan $\alpha = 0.05$ sehingga r_{tabel} adalah sebesar 0,165, maka instrumen penelitian dapat dinyatakan valid bila memenuhi kriteria sebagai berikut.

¹⁵ I. Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009, hlm. 51

- a. Dikatakan valid jika nilai Pearson correlation $> 0,165$, $df = (\alpha, n-2)$
- b. Dikatakan tidak valid jika nilai Pearson correlation $< 0,165$, $df = (\alpha, n-2)$

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.¹⁶ Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Ukuran reliabilitas dapat dilihat melalui *reliability statistics* pada detail *Cronbach alpha* dalam perhitungan menggunakan SPSS 16 diukur berdasarkan skala 0 sampai 1. Semakin mendekati angka 1, maka instrumen dinyatakan semakin reliabel. Dalam penelitian ini, ketentuan untuk menetapkan tingkat reliabilitas didasarkan pada kondisi sebagai berikut.

- a. Reliabel jika nilai Cronbach alpha > 0.60
- b. Tidak reliabel jika nilai Cronbach alpha < 0.60

¹⁶ Ghozali, *Aplikasi.....*, hlm. 45

3.5.3 Analisis regresi linear berganda

Data yang telah diperoleh dianalisis secara kuantitatif guna menjelaskan pengaruh satu kejadian terhadap kejadian lain secara matematis. Analisis kuantitatif tersebut dapat dilakukan dengan analisis regresi menggunakan bantuan SPSS 16. Analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.¹⁷ Untuk analisis statistik digunakan analisis regresi berganda dengan dua variabel bebas dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : variabel kepuasan konsumen

a : bilangan konstanta

b_1 : koefisien regresi variabel Total quality management

X_1 : variabel total quality management

b_2 : koefisien regresi variabel kinerja pelayanan islami

¹⁷ Ghozali, *Aplikasi...*, hlm. 85.

X_2 : variabel kinerja pelayanan islami

3.5.4 Uji koefisien determinasi

Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen.¹⁸ Koefisien determinasi dapat diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi atau *R Squared* (R^2). Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat.

Melalui angka koefisien determinasi, kita dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas di dalam model persamaan regresi dapat menjelaskan variabel terikat dibandingkan dengan variabel lain di luar model. Angka koefisien determinasi adalah di antara 0 (nol) hingga 1 (satu). Semakin mendekati angka 1, maka dapat dikatakan bahwa sebuah variabel bebas semakin besar kemampuannya dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. Sebaliknya, semakin mendekati angka 0, maka dapat dikatakan bahwa sebuah variabel

¹⁸ Ghozali., *Aplikasi*, hlm. 87.

semakin kecil kemampuannya dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya.