

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini di lakukan pada Universitas Islam Riau, di Jalan Kaharuddin Nasution Km 11 No 113 Perhentian Marpoyan, Pekanbaru.

b. Operasional Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel Dan Indikator Pada Bauran Pemasaran Jasa Dan Keputusan Pembelian

| Variabel | Dimensi | Indikator | Skala |
|---|------------|--|---------|
| Bauran pemasaran produk barang mencakup 4P: <i>Produk, price, place, promotion</i> . Sedangkan untuk jasa keempat hal tersebut di rasa kurang mencukupi. Para pakar pemasaran menambah tiga unsur lagi, yaitu <i>people, process, dan kostumer service</i> . Ketiga hal ini terkait dengan sifat jasa di mana tahapan operasi hingga konsumsi merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan serta mengikutsertakan konsumen dan pemberi jasa secara langsung. (Rambat Lupiyoadi, 2011:70) | 1. Produk | 1. Keberagaman jurusan di fakultas ekonomi UIR 2. Akreditasi fakultas ekonomi UIR 3. Jaminan merek fakultas ekonomi UIR terhadap kualitas. | Ordinal |
| | 2. harga | 1. Biaya kuliah di fakultas ekonomi UIR 2. Sistem pembayaran biaya kuliah di fakultas ekonomi UIR | Ordinal |
| | 3. Tempat | 1. Lokasi fakultas ekonomi UIR 2. Kemudahan lokasi fakultas ekonomi UIR di capai oleh sarana transportasi | Ordinal |
| | 4. Promosi | 1. Keberagaman program promosi di fakultas ekonomi UIR | Ordinal |

| | | | |
|---|------------------------|---|---------|
| | 5. Orang | 2. Efeksitas pengguna media massa 1. Kualifikasi pendidikan dosen di fakultas ekonomi UIR 2. Kemampuan komunikatif dosen fakultas ekonomi UIR. 3. Kesigapan karyawan akademik fakultas ekonomi UIR | Ordinal |
| | 6. Sarana fisik | 1. Tampilan gedung fakultas ekonomi UIR 2. Koleksi buku <i>t extbook</i> di perpustakaan fakultas ekonomi UIR | Ordinal |
| | 7. proses | 1. Proses kuliah fakultas ekonomi UIR meliputi teori dan praktek 2. Kefleksibelan proses belajar di fakultas ekonomi UIR | Ordinal |
| Keputusan pembelian suatu tindakan konsumen untuk membentuk referensi diantara merek – merek dalam kelompok pilihan pembelian pada tiap – tiap tahap dan pengaruh apa yang bekerja dalam tahap – tahap tersebut. roduk yang disukai. Pendirian orang lain, faktor situasi tidak diantisipasi, dan | 1. Pengenalan masalah | 1. Kebutuhan pencarian informasi di fakultas ekonomi UIR 2. Mencari informasi secara aktif tentang fakultas ekonomi UIR | Ordinal |
| | 2. Pencarian informasi | 1. Informasi fakultas ekonomi yang tersedia | Ordinal |
| | 3. Evaluasi | 1. Kepercayaan | Ordinal |

| | | | |
|---|-------------------------------|---|---------|
| resiko yang dirasakan dapat mempengaruhi keputusan pembelian (<i>nugroho J Setiadi 2000</i>) | alternative | mahasiswa terhadap fakultas ekonomi | |
| | 4. Keputusan pembelian | 2. Atribut fakultas ekonomi 1. Kualitas pada fakultas ekonomi | Ordinal |
| | 5. Perilaku sesudah pembelian | 1. Merekomendasikan fakultas ekonomi kepada pihak lain 2. Kepuasan mahasiswa | Ordinal |

a. Jenis Dan Sumber Data Penelitian

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa nilai atau skor atas jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner.

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden berupa jawaban dari kuesioner.

3.4 Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang diterima fakultas ekonomi universitas islam riau pada tahun akademik 2012-2015 yang berjumlah 5.089 orang pada empat jurusan studi yaitu Jurusan Manajemen, Jurusan Ilmu Pembangunan, Jurusan Akuntansi SI dan Jurusan Akuntansi D III.

b. Sampel

Menurut (Priyanto 2008) sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti. Sedangkan (Ferdinand 2006) menjelaskan bahwa agar hasil penelitian bisa lebih di percaya dan akurat, idealnya seseorang peneliti harus meneliti secara detail seluruh anggota populasi. namun karena suatu hal atau kesulitan yang muncul yang terkadang diluar kemampuan penelitian, maka peneliti meneliti sebagian atau wakil populasi yang di teliti. Adapun perhitungan sampel menggunakan Rumus Slovin (Husein Umar 2009:78) sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah seluruh anggota populasi

e : Toleransi terjadinya galat, taraf signifikan 10%

1 : Angka Konstan

$$n = \frac{5.089}{1+5.089 (0.1)^2} = \frac{5.089}{51,89} = 98,07 = 98 \text{ Orang}$$

Adapun metode pengambilan sampel adalah dengan metode Purposive Sampling yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan – pertimbangan tertentu, terutama pertimbangan yang diberikan oleh sekelompok pakar atau *expert*. (Sanusi, 2011:95). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa fakultas ekonomi universitas islam riau.

Adapun sampel diambil dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi
- Mahasiswa/I Dari Tahun Akademik 2012-2015

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

i. Kuesioner

Yaitu metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan (Kuesioner) yang diajukan kepada responden penelitian. Pengolahan data dalam penelitian ini meliputi pengujian statisti bauran pemasaran jasa keputusan pembelian, pengukuran kuesioner dilakukan dengan menggunakan software SPSS.

ii. dokumentasi

Metode ini digunakan untuk melengkapi data yang berhubungan dengan mengenai mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

3.6 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrument dalam hal ini adalah kuesioner. Suatu kuesioner juga dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (ghozali, 2005).

Langkah-langkah dalam menguji validitas kuesioner, yaitu (singarimbun & effendi, 1989):

1) Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.

Cara yang digunakan untuk mencari defenisi dan rumusan tentang konsep yang akan dukur adalah menggunakan pendapat para ahli yang terdapat dalam literature, seandainya tidak terdapat dalam literature, maka penelitian dapat membuat defenisi dan rumusan konsep tersebut. Cara lainnya adalah dengan menanyakan langsung pada responden mengenai aspek-aspek yang akan diukur. Malakukan uji coba skala pengukuran tersebut pada sejumlah responden uji coba minimal 30 orang supaya distribusi skaor akan ebih mendekati normal.

- 2) Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
- 3) Menghitung total skor untuk setiap jawaban responden.
- 4) Menghitung kuadrat skor jawaban dan kuadrat total skor jawaban responden untuk masing-masing pertanyaan.
- 5) Menghitung korelasi product moment (r) untuk setiap pertanyaan.
- 6) Membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk n dan taraf kesalahan 5% jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dapat dinyatakan valid, begitupun sebaliknya.

b) Uji Reabilitas

Reabilitas adalah alat yang digunakan unutk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Menurut Ferdinand (2006) sebuah instrument dan data yang ihasilkan disebut reliable atau terpercaya apabila instrument tersebut secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dialkukan pengukuran.

Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian adalah menggunakan rumus *koefisien alpha crombach*.

3.7 Teknik Analisa Data

Analisa data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif deksriptif, dengan menggunakan kuesioner maka penulis menganalisis data yang diperoleh dari fakultas ekonomi universitas islam riau, dengan landasan teori sebagai alat untuk memecahkan masalah yang dihadapi, dan kemudian mengambil suatu kesimpulan. dilanjutkan untuk menganalisa pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di fakultas ekonomi universitas islam riau pekanbaru dengan bantuan statistik parametik yaitu:

a. Analisis Regresi linear sederhana

Analisis regresi linear sederhana bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat dalam suatu penelitian. Dimana dalam penelitian ini analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau (UIR) Pekanbaru.

Adapun rumus analisis regresi linear sederhana, sebagai berikut (sugiono, 2008:58):

$$Y = \beta_0 + \beta X + \epsilon$$

Dimana :

Y : Keputusan memilih UIR

- β_0 : Konstanta
- β : koefisien regresi
- X : pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap merek
- ε : Epsilon (variabel pengganggu)

b. Menentukan koefisien korelasi (r)

Uji koefisien korelasi (R) bertujuan untuk melihat kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Sebagai pedoman untuk interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Nilai Skor Dan Interval Penelitian

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,00-0,199 | Sangat rendah |
| 0,20-0,399 | Rendah |
| 0,40-0,599 | Sedang |
| 0,60-0,799 | Kuat |
| 0,80-1,000 | Sangat kuat |

Sumber: Muhammad Teguh, 2001, Metodologi Penulisan Ekonomi, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Penerbit Grafindo. Jakarta

c. Menentukan koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada regresi linear sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan Koefisien Korelasi (R).

d. Uji – t

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung.

Untuk melakukan analisis data secara kumulatif, maka nilai ordinal (kualitatif). Untuk ini digunakan skor yang berpedoman pada skala Likert berikut:

Tabel 3.3
Skala Likert Untuk Kuesioner Positif

| Jawaban Responden | Skor |
|--------------------------|-------------|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Ragu-Ragu | 3 |
| Tidak setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber : sugiyono (2011)

Untuk memudahkan dan memberikan hasil secara akurat dan pasti maka penulis melakukan pengujian statistik tersebut menggunakan program computer SPSS (*Statistic For Product And Service Sollutions*) untuk mencari pengaruh bauran pemasaran jasa signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih kuliah di fakultas ekonomi universitas islam riau pekanbaru.