

BAB 3

METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan pemustaka, serta mengukur seberapa besar pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan pemustaka di UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro . Untuk mengukurnya diperlukan sebuah metode yang akan dijelaskan dalam bab ini. Di mulai dengan pemilihan metode kuantitatif eksplanatif sebagai desain penelitian, populasi, sampel, variabel, pengumpulan data dan proses analisa data yang akan dilakukan.

3.1 Pemilihan Metode Kuantitatif

Penelitian adalah sebuah proses kegiatan yang bertujuan untuk mengetahui sesuatu secara teliti dan kritis dalam mencari fakta-fakta dengan menggunakan langkah-langkah tertentu secara ilmiah. Untuk mencari fakta-fakta diperlukan sebuah metode yang disebut dengan metode penelitian. Metode penelitian adalah sebuah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan dan kegunaan yang diinginkan peneliti dapat menggunakan metode kualitatif atau kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2011) metode penelitian kualitatif adalah sebuah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah (sebagai lawannya adalah

eksperimen) di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Sedangkan penelitian kuantitatif menurut Creswell (2014) merupakan pendekatan untuk menguji teori objektif dengan menguji hubungan antar variabel. Variabel ini, dapat diukur dengan menggunakan instrumen, sehingga data jumlah dapat dianalisis dengan menggunakan prosedur statistik.

Dari penjelasan metode kualitatif di atas sudah jelas kurang sesuai dengan topik yang diangkat peneliti. Judul penelitian ini adalah pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan pemustaka. Dari judul tersebut terdapat dua variabel yang akan dicari hubungan antara keduanya. Maka dari itu metode penelitian yang sesuai dengan penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif untuk menguji pengaruh antar variabel yang dihipotesiskan.

Metode penelitian kuantitatif dipilih karena penelitian ini lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah. Untuk menjawab permasalahan yaitu tentang pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan pemustaka, digunakan metode analisis kuantitatif eksplanatif.

Pengertian metode kuantitatif eksplanatif menurut Bungin (2011) adalah suatu penelitian di mana tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, yang penting dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas. Pada

metode penelitian dengan pendekatan eksplanatif, digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Menurut Kriyantono (2009) peneliti perlu melakukan kegiatan berteori untuk menghasilkan dugaan awal (hipotesis) antar variabel yang satu dengan yang lainnya. Sama halnya dengan Bungin (2011) bahwa metode kuantitatif eksplanatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan suatu variabel dengan variabel yang lain untuk menguji suatu hipotesis. Penelitian eksplanatif dilakukan terhadap sampel dan hasil penelitian tersebut dapat digeneralisasikan terhadap populasinya.

Secara umum variabel adalah objek yang akan dijadikan penelitian baik yang berbentuk abstrak maupun nyata. Variabel dalam penelitian kuantitatif dapat dibedakan menjadi dua, yaitu variabel bebas/ *independent variable* (X) dan variabel terikat/ *dependent variable* (Y). Menurut Sugiyono (2011) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi sebab karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini yang disebut sebagai variabel bebas adalah *relationship marketing*. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah: *customer value*, *customer satisfaction* dan interaksi. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pemustaka. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah: kinerja pelayanan, respon terhadap keinginan pemustaka, kompetensi petugas, pengaksesan mudah murah, tepat dan cepat, kualitas koleksi, kesediaan alat temu kembali, waktu layanan.

3.2 Partisipan dan Rekrutmen

Sub bab ini menjelaskan mengenai kriteria partisipan mulai dari penentuan populasi dan sampel serta cara rekrutmen partisipan.

3.2.1 Partisipan

Konsep yang berhubungan erat dengan penarikan sampel sebagai partisipan dalam penelitian kuantitatif biasa disebut responden yang berada pada populasi. Populasi dan sampel merupakan sumber utama untuk memperoleh data yang dibutuhkan oleh peneliti. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili populasi sebagai sumber data. Menurut Sugiyono (2011) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah pemustaka UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro berstatus mahasiswa aktif Universitas Diponegoro yang menempuh jenjang kuliah S2, S1 dan D3 dalam statistik 2018. Jumlah pemustaka UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro dalam statistik 2018 berdasarkan data dari Bidang Tata Usaha (Lampiran 5 hal.5) sebesar 40.900 pemustaka. Maka jumlah maksimal populasi rata-rata per hari terdapat 170 pemustaka.

Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sample yang dilakukan peneliti dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sulistyo-Basuki, 2006: 202). Jadi, *purposive sampling* adalah pengambilan

sample dengan kriteria sample tertentu. Kriteria sample dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Universitas Diponegoro.
2. Mahasiswa yang pernah mengunjungi serta memanfaatkan fasilitas dan layanan UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro .

Ada beberapa hal yang mempengaruhi besar sampel yang harus diambil yaitu heterogenitas dari populasi, jumlah variabel dan teknik penarikan sampel yang digunakan. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Issac dan Michael dikarenakan populasi sangat banyak sehingga diperlukan sebuah rumus untuk mendapatkan sampel yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi serta jumlahnya dapat dipastikan (Sugiyono, 2011). Rumus Issac dan Michael dapat digunakan apabila jumlah populasi dapat dipastikan jumlahnya. Rumus Issac dan Michael untuk menentukan sampel sebagai berikut:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan: s = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

λ^2 = Chi Kuadrat, dengan dk = 1, taraf kesalahan 1%, 5% dan 10%

d = 0,05

P = Q = 0,5

Isaac dan Michael membuat tabel penentuan jumlah sampel (Lampiran 7 hal.7) sehingga memberikan kemudahan penentuan jumlah sampel berdasarkan

tingkat kesalahan 1%, 5% dan 10%. Dengan tabel tersebut, peneliti dapat secara langsung menentukan besaran sampel berdasarkan jumlah populasi dan tingkat kesalahan yang dikehendaki, dalam penelitian sosial maksimal tingkat kesalahannya adalah 5% (Hertanto, 2015). Bila jumlah populasi adalah 170, dan tingkat kesalahan 5%, maka jumlah sampelnya adalah 105.

3.2.2 Rekrutmen

Rekrutmen adalah upaya yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan partisipan agar mau ikut serta dan kontribusi dalam penelitian. Ada berbagai macam cara yang bisa digunakan untuk mendapatkan informan. Adapun proses rekrutmen responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menghimpun data jumlah populasi pemustaka UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro melalui data statistik pengunjung.
2. Menentukan kriteria responden.
3. Peneliti mendatangi langsung mahasiswa Universitas Diponegoro yang memenuhi kriteria untuk mengisi kuesioner baik secara langsung.

Anggota populasi yang memenuhi kriteria tersebut akan dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini.

3.3 Teknik Pengambilan Data

Data adalah bahan mentah yang harus diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta. Pengumpulan data adalah langkah yang amat penting dalam penelitian karena merupakan proses primer untuk mendukung suatu penelitian dan dari data tersebut

pengujian atau analisis dapat dilakukan. Alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi nonpartisipan. Observasi nonpartisipan merupakan observasi dimana peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan yang diamati atau hanya sebagai pengamat independen (Sugiyono, 2013: 145). Peneliti hanya sebagai pengamat dalam kegiatan *relationship marketing* di perpustakaan, dan tidak terlibat langsung dalam kegiatan tersebut.

2. Kuesioner atau angket

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, dimana pada setiap poin-poin pertanyaan sudah tersediakan jawabannya (Widoyoko, 2014: 37).

Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner berskala *likert* atau *rating scale questions*. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban diberi skor sebagai berikut:

- a) SS (Sangat Setuju) = 5
- b) S (Setuju) = 4
- c) CS (Cukup setuju) = 3
- d) TS (Tidak Setuju) = 2
- e) STS (Sangat Tidak Setuju) = 1

3.3.1 Jenis Data

Data menurut jenisnya dibedakan menjadi dua yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. “Data kuantitatif merupakan data yang berwujud angka-angka sebagai hasil observasi atau pengukuran” (Widoyoko, 2014: 21).

3.3.2 Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana data diperoleh. Sumber data penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini (Umar, 2007: 42) adalah:

1. Data primer merupakan data yang didapat dari pengukuran secara langsung oleh peneliti dari sumbernya (subyek penelitian). Sumber pertama seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden. Pada penelitian ini, data primer yang digunakan yaitu kuesioner.
2. Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah oleh peneliti dan disajikan dalam bentuk tabel atau diagram. Data sekunder pada penelitian ini merupakan hasil output dari data kuesioner yang diolah menggunakan IBM SPSS *Statistics* 23 dan disajikan dalam bentuk tabel.

3.4 Metode Analisa Data

Berdasarkan data-data yang telah diperoleh peneliti dari penyebaran kuesioner pada responden dan hasil observasi di lokasi penelitian. Data-data yang sudah diolah dan dianalisis dengan menggunakan statistik kemudian disajikan dalam bentuk tabel untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, analisis data untuk menarik kesimpulan dilakukan sebagai berikut:

1. Pengkodean Data (*Data Coding*)

Data coding merupakan proses kegiatan penyusunan secara sistematis data mentah yang terdapat pada kuesioner ke dalam bentuk yang mudah dibaca oleh komputer. Pertanyaan penelitian diubah menjadi kode yang terdapat pada kuesioner sebagai berikut: Sangat Setuju = (SS) = 5, Setuju = (S) = 4, Cukup setuju = (CS) = 3, Tidak Setuju = (TS) = 2, Sangat Tidak Setuju = (STS) = 1.

Huruf-huruf yang terdapat pada pertanyaan dalam kuesioner diubah menjadi kode angka yang kemudian akan dihitung nilai *mean*-nya. Nilai *mean* diinterpretasikan dalam tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Interval Likert

Nilai	Keterangan
1,00 – 1,80	Sangat rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Sedang
3,41 - 4,20	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat tinggi

2. Pemindahan Data ke Komputer (*Data Entering*)

Merupakan proses pemindahan data yang telah diubah menjadi kode ke dalam aplikasi pengolah data. Membuat tabel koding pada *microsoft excel* sesuai

jawaban responden kemudian dipindahkan ke dalam *software Statistical Product and Service Solution* (SPSS) 23 dengan memilih *variable view* dan memasukkan data yang sudah diolah kedalam kolom SPSS 23.

3. Pembersih Data (*Data Cleaning*)

Tahap ini merupakan proses untuk memastikan bahwa seluruh data yang telah dimasukkan ke dalam aplikasi pengolah data sudah sesuai dengan yang sebenarnya.

4. Penyajian Data (*Data Output*)

Penyajian data merupakan sebuah proses dalam mengolah data. Hasil pengolahan data yang berupa numerik dapat disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan tabel silang. Dalam penelitian ini hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi, berikut akan digambarkan tabel frekuensi:

Tabel 3.2 Tabel Frekuensi

Jawaban	Frekuensi	Presentase	<i>Mean</i>

5. Penganalisisan Data (*Data Analyzing*)

Analisis data merupakan tahapan lanjutan dari proses pengolahan data untuk melihat bagaimana cara menginterpretasikan data. Dalam penelitian ini menggunakan analisis Bivariat (analisis dua variabel). Di mana peneliti mencari hasil dari hubungan variabel X dan variabel Y. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data digunakan untuk mengolah data yang diperoleh dari jawaban kuesioner. Jawaban kuesioner tersebut kemudian diolah dan

dilakukan pengujian hipotesis menggunakan teori persamaan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS versi 23. Penggunaan analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu *relationship marketing* (X) terhadap kepuasan pemustaka (Y).

3.5 Menjaga Kualitas Penelitian (*Maintaining Quality*)

Untuk menjaga kualitas dan kebenaran penelitian peneliti harus melakukan pengujian agar terhindar dari bias. Oleh karena itu akan dilakukan beberapa pengujian sebagai berikut.

3.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai apakah sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel berdistribusi normal atau tidak. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal (Hidayat, 2013). Namun untuk memberikan kepastian, data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak, sebaiknya dilakukan uji normalitas. Karena belum tentu data yang lebih dari 30 bisa dipastikan berdistribusi normal, demikian sebaliknya data yang banyaknya kurang dari 30 belum tentu tidak berdistribusi normal, untuk itu perlu suatu pembuktian (Hidayat, 2013).

Pembuktian dapat dilakukan dengan uji normalitas menggunakan *software* statistik. Dalam penelitian ini untuk mempermudah uji statistik normalitas, maka analisis yang dilakukan dalam penelitian ini akan diolah dengan bantuan *software*

statistik SPSS 23 menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov*. Suatu data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai *Asymp Sig (2-tailed)* hasil perhitungan *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari α yaitu 0,05 (Hidayat, 2013).

3.5.2 Uji Instrumen

Data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu penelitian. Adapun benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Untuk menguji instrumen yang baik salah satunya memenuhi validitas dan reliabilitas. Untuk menjaga kualitas penelitian peneliti harus mengukur instrumen penelitian dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Pengolahan data menggunakan *software* statistik SPSS 23 dan tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r_{tabel} dengan r_{hitung} . Selanjutnya, kriteria yang digunakan untuk menentukan valid tidaknya suatu item pertanyaan adalah jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka item pernyataan yang diuji validitasnya tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2011).

Adapun uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya. Pengolahan data menggunakan *software* statistik SPSS 23. Penghitungan reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *Cronbach's Alpha*. Variabel dapat dikatakan reliabel atau dapat dipercaya apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,06$ (Newman, 2007).

3.5.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Mengacu pada tujuan dan hipotesis penelitian, model analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Penggunaan analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu antara wajib baca malam (X) terhadap kebutuhan informasi (Y) dengan menggunakan persamaan regresi linear sederhana dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan: Y = Variabel kebutuhan informasi

a = Koefisien regresi a

X = Variabel wajib baca malam

b = Koefisien regresi b

Dalam melakukan analisis regresi linear sederhana peneliti menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS.

3.5.4 Analisis Koefisien Determinasi

Penelitian ini menggunakan analisis koefisien determinasi (*R Square* atau R kuadrat) atau sering disimbolkan dengan R² yang bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat untuk menentukan nilai dari besarnya kontribusi pengaruh antara variabel X dan variabel Y. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$KD = (R^2) \times 100\%$$

Keterangan: KD = Koefisien Determinasi

$R^2 = R \text{ Square}$ atau R kuadrat

Dalam melakukan analisis koefisien determinasi peneliti menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS.

3.5.5 Analisis Korelasi Parsial (R)

Penelitian ini menggunakan uji koefisien korelasi *Pearson Product-Moment* untuk menentukan hubungan linier (langsung) antara variabel X dan variabel Y. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan: r_{xy} = korelasi *pearson*

x = Variabel independen (X)

y = variabel dependen (Y)

Hasil dari koefisien korelasi (R) kemudian diinterpretasi untuk mengetahui arah hubungan dari variabel X dan Y.

3.5.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian. Dalam penelitian ini akan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan taraf signifikansi 5% dengan menggunakan *software* statistik SPSS 23 yang memudahkan peneliti untuk mengolah data statistik secara cepat dan tepat.

Kriteria uji hipotesis dalam penelitian yaitu:

1. H_a ditolak dan H_0 diterima jika nilai signifikan $\alpha > 5\%$
2. H_a diterima dan H_0 ditolak jika nilai signifikan $\alpha < 5\%$

Tahapan ini merupakan langkah lanjutan dalam analisis data terkait bagaimana implementasi pengujian terhadap hipotesis yang telah dijelaskan pada rumusan sebelumnya. Terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan oleh peneliti dalam melakukan uji hipotesis antara lain sebagai berikut:

- a. Merumuskan hipotesis (H_0 dan H_a).
- b. Menetapkan tes statistik yang akan digunakan.
- c. Menetapkan signifikansi.
- d. Melakukan perhitungan statistik.
- e. Mengambil kesimpulan.

Berdasarkan pemaparan diatas, bab ini menjelaskan metode dan tahapan yang digunakan dalam melakukan penelitian mulai dari teknik menentukan sampel, hingga uji untuk menjaga kualitas dan kebenaran dari penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Untuk mengambil sampel, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Selanjutnya jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Issac dan Michael. Untuk menjaga kualitas penelitian peneliti menggunakan uji normalitas, uji instrumen, uji koefisien korelasi dan uji hipotesis. Metode-metode yang digunakan dalam penelitian dipilih karena dianggap sebagai metode yang paling tepat dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan pemustaka, serta mengukur seberapa besar pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan pemustaka di UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro .