

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode Riset

“Metode penelitian kuantitatif yang akan digunakan peneliti”. Metode penelitian kuantitatif sendiri adalah metode yang berfungsi untuk meneliti populasi dan sampel serta pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik untuk mengetahui kebenaran hipotesis yang telah ditentukan, metode penelitian ini sendiri merupakan metode ilmiah karena memenuhi kaidah ilmiah seperti konkrit, obyektif, terukur, rasional, sistematis (Sugiyono, 2019 : 16).

#### 3.2 Populasi dan Sampel

Penelitian ini sendiri ingin mengetahui bagaimana pengaruh *public relations* Suara Merdeka terhadap kepuasan pelanggan yang berada di kota Semarang. Populasi sumber data yang memenuhi kriteria adalah pelanggan dari Suara Merdeka yaitu sebanyak 60.000 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, yang artinya teknik ini mengambil sampel secara acak tanpa memperhatikan strata dan derajat pada populasi tersebut.

Jumlah sampel ditentukan dari populasi yang telah diketahui jumlah serta dihitung menggunakan rumus Yamane (Sugiyono, 2019 : 137). Berikut adalah rumus Yamane dalam menentukan sampel :

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

Keterangan :

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel yang diperlukan

e = Tingkat kesalahan dari sampel

$$n = \frac{60.000}{1 + 60.000(0,1)^2} = 99.833610648918 = 100$$

### 3.3 Operasionalisasi Konsep dan Definisi Operasional

Berikut merupakan operasionalisasi konsep dan definisi operasional pada penelitian ini dalam tabel di bawah ini.

**Tabel 3.1** Operasionalisasi Konsep dan Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Definisi
<i>Public Relations</i> (Variabel X)	Kegiatan	1. Mencari pendapat dan harapan	<i>Public relations</i> selalu mendengarkan dan melayani apa yang diharapkan pelanggan apa bila ada masukan berupa keluhan maupun saran
		2. Komunikasi dua arah	<i>Public relations</i> memelihara dan melakukan komunikasi dua arah dengan

Variabel	Dimensi	Indikator	Definisi
			pelanggan, sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan
		3. Menimbulkan rasa saling menghormati dan tanggung jawab	<i>Public relations</i> ingin terjadinya rasa saling menghormati dan tanggung jawab antara perusahaan dengan pelanggan
		4. Menumbuhkembangkan citra perusahaan agar lebih positif	<i>Public relations</i> ingin citra perusahaan agar lebih positif, sehingga menimbulkan rasa puas terhadap pelanggan, rasa puas ini muncul karena produk perusahaan yang mereka pakai memiliki citra yang positif
		5. Menciptakan keuntungan dua arah	Keuntungan dua arah yang didapatkan karena adanya peran <i>public relations</i> yang

Variabel	Dimensi	Indikator	Definisi
			sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dan pelanggan
		6. Membentuk citra perusahaan	<i>Public relations</i> Suara Merdeka mengadakan kegiatan-kegiatan yang berada di tengah masyarakat untuk membentuk citra perusahaan agar lebih baik dan di kenal masyarakat luas
Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)	Pelanggan	1. Kualitas produk dan jasa	Produk yang dihasilkan Suara Merdeka sudah sesuai dengan <i>ekspetasi</i> pelanggan, jika sesuai pelanggan akan merasa puas dengan kualitas produk yang mereka beli
		2. Kualitas pelayanan	Kualitas pelayanan yang baik dari segi

Variabel	Dimensi	Indikator	Definisi
			informasi berita yang disajikan, maka pelanggan merasa puas dalam hal produk yang pelanggan telah beli dan menimbulkan kata loyalitas
		3. Emosional	Perasaan dari pelanggan karena sudah merasa puas terhadap produk pilihan yang mereka pilih untuk mendapatkan sumber berita dan informasi
		4. Harga	Harga koran yang ditawarkan lebih murah dibandingkan koran lainnya
		5. Biaya	Pelanggan merasa senang jika kualitas produk maksimal dan biaya yang dikeluarkan minim

Sumber : (Akbar, 2020 : 128), Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam (Meithiana, 2019 : 90-91)

### 3.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara yang diambil dari rumusan masalah penelitian, rumusan masalah yang dimaksud sudah berbentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2019 : 99). Hipotesis pada penelitian ini termasuk hipotesis *asosiatif* yang berarti ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut merupakan hipotesis dari penelitian ini.

$H_a$  = Ada pengaruh *public relations* Suara Merdeka terhadap kepuasan pelanggan di Kota Semarang.

$H_o$  = Tidak ada pengaruh *public relations* Suara Merdeka terhadap kepuasan pelanggan di Kota Semarang.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan *kuesioner* (angket). Teknik *kuesioner* (angket) ini sendiri adalah teknik mengumpulkan data dengan memberi beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada responden, teknik ini juga digunakan karena jumlah responden dalam jumlah yang besar (Sugiyono, 2019 : 199). Penyebaran *kuesioner* (angket) untuk penelitian ini dilakukan secara *online* dengan cara mengirimkan Google Formulir kepada pelanggan Suara Merdeka, dengan dibantu peran *public relations* Suara Merdeka untuk melancarkan penyebaran *kuesioner* (angket).

### 3.6 Skala Pengumpulan Data

Pada penelitian ini skala pengumpulan data menggunakan skala likert. Skala likert sendiri untuk mengukur sikap, pendapat dan pikiran seseorang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2019 : 146). Skala likert memberikan jawaban dari responden apakah positif / negatif yang tertuang dalam bentuk pilihan dan setiap pilihan ada skornya masing-masing (Sugiyono, 2019 : 146). Berikut adalah pilihan yang dapat dipilih dari responden dalam pengumpulan data menggunakan skala likert.

**Tabel 3.2** Jawaban dan Skor Pengukuran Skala Likert

Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2019 : 147)

### 3.7 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti membutuhkan instrumen penelitian, instrumen penelitian sendiri merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur fenomena sosial. Untuk itu instrumen penelitian ini harus diuji validasi dan reliabilitasnya (Sugiyono, 2019 : 156-157). Dalam penelitian ini ada dua instrumen yang perlu

dibuat yaitu instrumen untuk mengukur *public relations* dan instrumen untuk mengukur kepuasan pelanggan.

### 3.7.1 Uji Validitas

Instrumen penelitian yang valid jika adanya kesamaan dan ketepatan terhadap data yang telah terkumpul dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2019 : 175). Penelitian ini menggunakan validitas konstruk, salah satu jenis validitas ini berhubungan dengan kesiapan alat ukur untuk mengukur objek penelitian dengan menggunakan konsep yang telah ada (Yusuf, 2017 : 234). Uji coba validitas akan dilakukan pada  $\geq 30$  responden (Sugiyono, 2019 : 188). Untuk menguji validitas dilakukan dengan mencari korelasi dari kedua instrumen, kedua instrumen yang dimaksud yaitu masing-masing skor dengan keseluruhan jumlah skor item (Yusuf, 2017 : 236). Adapun rumus yang dapat digunakan (Yusuf, 2017 : 237).

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

Keterangan :

Rxy = Koefisien korelasi tes disusun dengan kriteria

X = Skor dari responden variabel X

Y = Skor dari responden variabel Y

N = Jumlah dari responden

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Instrumen penelitian yang reliabel jika adanya kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2019 : 175). Pada instrumen penelitian dapat dikatakan terpercaya jika, hasil yang didapatkan dari pengujian instrumen adalah tetap dan konsisten (Kurniawan, 2016 : 97). Pengujian reliabilitas pada instrumen penelitian ini menggunakan *cronbach alpha*, adapun rumus yang dapat digunakan (Sugiyono, 2019 : 187).

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( \frac{1 - \sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Hasil uji reliabilitas

$k$  = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah hasil tiap item

$\sigma_t^2$  = Jumlah hasil total item

### 3.7.3 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan data dilakukan dengan menggunakan dua cara yaitu rumusan korelasi *product moment* serta analisis regresi linear sederhana. Teknik pengolahan data ini dilakukan untuk mengetahui dan menguji hipotesis antara variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2019 : 245-246). Data yang telah ada diolah menggunakan aplikasi *SPSS for Windows (Statistical*

*Package For Sosial Science*). Adapun rumusan yang dipakai untuk mengolah data yaitu korelasi *product moment*, rumus korelasi *product moment* ini dapat mengetahui kuat lemahnya hubungan antara variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2019 : 246).

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

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\Sigma_{xy}$  : Hasil perkalian antara variabel X dan Y

$\Sigma x^2$  : Kuadrat nilai dari X

$\Sigma y^2$  : Kuadrat nilai dari Y

**Tabel 3.3** Arah untuk Menunjukkan Interpretasi Koefisien Korelasi

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
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 : (Sugiyono, 2019 : 248)

Analisis regresi linear sederhana dipakai untuk mengetahui adanya perubahan nilai variabel dependen dan nilai variabel independen jika sewaktu-waktu terjadi (Sugiyono, 2019 : 213). Jenis hipotesis *asosiatif* (hubungan) yang digunakan dalam penelitian ini, tentu perlu adanya uji regresi. Uji regresi diperlukan untuk memperkirakan apakah ada pengaruhnya variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2019 : 241). Adapun rumusan analisis regresi linear sederhana yang tertera sebagai berikut (Sugiyono, 2019 : 213).

$$Y' = a + b X$$

Keterangan :

Y' = Nilai yang diprediksikan

a = Konstanta atau bila harga X = 0

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel independen