

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melihat fenomena dan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Jenis dalam penelitian adalah penelitian kausal. Penelitian kausal merupakan penelitian yang memiliki tujuan utama membuktikan hubungan sebab akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel yang diteliti. Variabel yang mempengaruhi disebut variabel independent, sedangkan variabel yang terpengaruh oleh variabel independent disebut variabel dependent (Isjianto,2009) dan data yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif. Penelitian yang dilakukan berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono,2009).

B. Identifikasi Variable Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2010). Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

Peneliti ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melihat fenomena dan untuk mengukur hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1. Identifikasi Variabel

Variabel bebas (X) : Kualitas Pelayanan

Variabel tergantung (Y) : Persepsi Kepuasan Konsumen

C. Definisi Operasional

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan juga dapat didefinisikan, sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keuntungan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Dalam memberikan pelayanan yang baik terdapat lima aspek yang harus di perhatikan: (1) *Tangible* (Berwujud) Karena suatu pelayanan tidak bisa dilihat, dicium, dan tidak bisa diraba, maka aspek tangible, menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. (2) *Reliability*(kehandalan) kehandalan dalam memberikan pelayanan. (3) *Responsiveness* (Ketanggapan) kecepatan pelayanan sangat menentukan. (4) *Assurance* (Keyakinan) kemampuan perusahaan dalam memberikan rasa aman dan

meyakinkan. (5) *Emphaty*(Empati) perhatian individual terhadap konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen. Wilkie (1994) menyatakan bahwa terdapat lima elemen pada kepuasan konsumen yaitu *expectations* (Harapan), *performance* (Kinerja), *comparison* (Perbandingan), *confirmation* atau *disconfirmation*, dan *discrepancy* (Ketidaksesuaian).

D. Populasi, Sampel, dan teknik Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2010 :80). Berdasarkan pendapat diatas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini ialah Konsumen CV. Mulia Frozindo yang berjumlah 100 konsumen.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi. Penelitian ini mengambil sampel konsumen pada CV Mulia Frozindo yang berjumlah 40 orang berarti sampel diambil hanya 40% dari keseluruhan populasi.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik simple random sampling. Dalam teknik Simple random sampling ini, sampel diambil acak sesuai yang dibutuhkan dari keseluruhan populasi karena setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono,2007). Peneliti menggunakan teknik acak tradisional, seperti ibu-ibu ketika arisan. Peneliti menggumpulkan nama-nama calon subjek yang akan diambil lalu dikocok, dan nama-nama yang keluar itu yang peneliti jadikan subjek. Setelah peneliti mendapatkan nama-nama subjek tersebut, peneliti menyebar angket dengan mendatangi *dorr to dorr* ke rumah subjek.

E. Instrumen Penelitian

Istrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (sugiyono, 2009). Dengan demikian instrumen yang akan digunakan untuk meneliti akan bergantung pada jumlah variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala yang terstruktur dimana angket dalam penelitian ini diberikan langsung kepada responden. Sedangkan pernyataan digunakan berupa pernyataan tertutup dan pernyataan terbuka. Untuk pernyataan tertutup responden hanya menjawab dengan cara memilih salah satu jawaban yang telah disediakan. Skala pengukuran yang digunakan adalah dengan skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden

menandari derajat persetujuan mengenai objek stimulus. Umumnya masing-masing *item scale* mempunyai lima kategori, yang berkisar antara "sangat tidak setuju" sampai dengan "sangat setuju" (Maholtra, 2004).

Berdasarkan pada rancangan penelitian dan untuk memudahkan peneliti dalam membuat angket maka dilakukan pengembangan instrumen pada variabel (X) dan variabel (Y). Pengambilan data dalam penelitian ini dengan memberikan kuesioner kepada subyek yang telah ditentukan. Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data primer yang dilakukan

1. Persepsi Kepuasan Konsumen

a. Alat Ukur

Metode skala dalam penelitian adalah menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan. Ada dua bentuk pertanyaan yang menggunakan skala likert yaitu bentuk pertanyaan positif untuk mengukur sikap positif, dan bentuk pertanyaan negatif untuk mengukur sikap negatif (Muljono & Djaali, 2007).

Pada penelitian ini menggunakan skala likert dengan lima jawaban alternatif yang digunakan yaitu : sangat setuju (SS), setuju (S), Ragu-ragu (R), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).

Pada penelitaian terdapat dua kelompok aitem yaitu aitem yang mendukung (*favorable*) dan aitem yang tidak mendukung (*unfavorable*). Rentang skor dalam skala ini dari 1 – 5. Pada aitem

favorable sistem penilaiannya adalah SS = 5, S = 4, R = 3, TS = 2, STS = 1. Pada aitem *unfavorable* dilakukan sebaliknya yaitu SS = 1, S = 2, R = 3, TS = 4, STS = 5.

Berikut *blueprint* skala Persepsi kepuasan Konsumen yang disusun oleh peneliti untuk mengukur Persepsi kepuasan Konsumen

Tabel 3.1

Blue Print Persepsi Kepuasan Konsumen

NO	Dimensi	Indikator	Jenis Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	Harapan	1. Kebutuhan dan Keinginan yang dirasakan konsumen 2. Pengalaman masa lalu ketika menggunakan pelayanan 3. Pengalaman menggunakan pelayanan dari teman 4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran	1, 2, 3, 4	5, 6	6
2.	Kinerja	1. Kepentingan pelayanan kepada konsumen 2. Perasaan konsumen usai menggunakan pelayanan 3. Konsumen menyadari kegunaan barang	7, 8, 9	10	4
3.	Perbandingan	1. Membandingkan kerja produk, sebelum dan setelah memakai jasa	11	12	2
4.	<i>Confirmation</i> atau <i>disconfirmation</i>	1. Membandingkan pelayanan dengan pelayanan yang lainnya 2. Konfirmasi pelayanan 3. Penyaranan pelayanan 4. Ketahanan kinerja barang	13, 14, 15, 16	17	5
5.	Ketidaksesuaian	1. Mengindikasikan perbedaan level kinerja dengan harapan 2. Penggunaan ulang pelayanan 3. Komplain konsumen ketika pelayanan tidak sesuai harapan	18, 19	20, 21	4
		Aitem Total	14	7	21

b. Reliabilitas dan Validitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur memiliki keajegan hasil, suatu hasil pengukuran dikatakan baik jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Azwar,2006).

Teknik yang digunakan dalam menganalisis hasil reliabilitas skala loyalitas karyawan adalah rumus *Alpha Cronbach* dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Menurut Azwar (2002) tinggi rendahnya reliabilitas secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Semakin tinggi koefisien korelasi antara hasil ukur akan semakin reliable. Biasanya koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai 1, jika koefisien mendekati angka 1.00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya. Menurut Sekaran (1992) kaidah reliabilitas 0.6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik (Priyanto, 2009). Uji reliabilitas ini menggunakan bantuan program SPSS.

Aitem yang baik adalah aitem yang memiliki daya beda diatas 0,3 sedangkan aitem dengan daya beda kurang dari 0,3 menunjukkan aitem tersebut tidak baik. Namun nilai daya beda aitem dapat ditoleransi menjadi 0,25 jika jumlah aitem yang di terima/aitem yang baik sangat sedikit. Hal ini sesuai dengan pengukuran validitas aitem yang dikemukakan oleh Azwar (2006).

Berikut ini hasil validitas dan reabilitas variabel Kepuasan Konsumen dari 21 aitem terdapat aitem valid dan tidak valid. Aitem-aitem yang memenuhi kriteria bergerak dari $r_{xy} = 0,2691$ sampai dengan $r_{xy} = 0,6402$ dengan aitem yang valid berjumlah 15 aitem yaitu aitem nomor 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 dan 18 sedangkan aitem yang tidak valid terdapat 6 aitem yaitu aitem nomor 5, 6, 17, 19, 20 dan 21. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yaitu dengan hasil 0,8393 yang artinya sudah reliabel, karena hasil diatas 0,60 dapat dikatakan reliabel.

2. Kualitas Pelayanan

a. Alat Ukur

Metode skala dalam penelitian adalah menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan. Ada dua bentuk pertanyaan yang menggunakan skala likert yaitu bentuk pertanyaan positif untuk mengukur sikap positif, dan bentuk pertanyaan negatif untuk mengukur sikap negatif (Muljono & Djaali, 2007).

Pada penelitian ini menggunakan skala likert dengan lima jawaban alternatif yang digunakan yaitu : sangat setuju (SS), setuju (S), Ragu-ragu (R), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).

Pada penelitaian terdapat dua kelompok aitem yaitu aitem yang mendukung (*favorable*) dan aitem yang tidak mendukung (*unfavorable*). Rentang skor dalam skala ini dari 1 – 5. Pada aitem

favorable sistem penilaiannya adalah SS = 5, S = 4, R = 3, TS = 2, STS =

1. Pada aitem *unfavorable* dilakukan sebaliknya yaitu SS = 1, S = 2, R = 3,

TS = 4, STS = 5.

Berikut *blueprint* skala Kualitas Pelayanan yang disusun oleh peneliti untuk mengukur Kualitas Pelayanan.

Tabel 3.2
Blue Print Kualitas Pelayanan

NO.	Dimensi	Indikator	Jenis Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	Bukti Fisik	1. Peralatan lengkap 2. Peralatan canggih 3. Karyawan sopan dan ramah 4. Fasilitas lengkap 5. Karyawan berpakaian rapi dan bersih	1, 2, 3, 4, 5	6, 7	7
2.	Keandalan	1. Kemampuan servis 2. Ketelitian melayani konsumen 3. Pelayanan tepat waktu 4. Kecepatan dalam bekerja 5. Keseriusan menanggapi konsumen	8, 9, 10, 11, 12	13, 14, 15	8
3.	Daya tanggap	1. Kecepatan merespon konsumen 2. Kemampuan memberikan solusi 3. Komunikatif dalam pelayanan	16, 17, 18	19	4
4.	Jaminan	1. Pertanggungjawaban pelayanan 2. Hasil servis bagus 3. Ketrampilan menyervis 4. Kenyamanan menggunakan jasa	20, 21, 22, 23	24	5
5.	Empati	1. Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik kepada konsumen	25, 26, 27	28	4

		2. Karyawan mengerti keinginan konsumen 3. Memberikan kemudahan kepada konsumen			
	Aitem Total		20	8	28

b. Reliabilitas dan Validitas

Realibilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur memiliki kejelasan hasil, suatu hasil pengukuran dikatakan baik jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Azwar,2006).

Teknik yang digunakan dalam menganalisis hasil reliabilitas skala loyalitas karyawan adalah rumus *Alpha Cronbach* dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Menurut Azwar (2002) tinggi rendahnya reliabilitas secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Semakin tinggi koefisien korelasi antara hasil ukur akan semakin reliable. Biasanya koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai 1, jika koefisien mendekati angka 1.00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya. Menurut Sekaran (1992) kaidah reliabilitas 0.6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik (Priyanto, 2009). Uji reliabilitas ini menggunakan bantuan program SPSS.

Aitem yang baik adalah aitem yang memiliki daya beda diatas 0,3 sedangkan aitem dengan daya beda kurang dari 0,3

menunjukkan aitem tersebut tidak baik. Namun nilai daya beda aitem dapat ditoleransi menjadi 0,25 jika jumlah aitem yang di terima/aitem yang baik sangat sedikit. Hal ini sesuai dengan pengukuran validitas aitem yang dikemukakan oleh Azwar (2006).

Berikut ini hasil validitas dan reabilitas variabel Kualitas Pelayanan dari 28 aitem terdapat aitem valid dan tidak valid. Aitem-aitem yang memenuhi kriteria bergerak dari $r_{xy} = 0,2691$ sampai dengan $r_{xy} = 0,6402$ dengan aitem yang valid berjumlah 18 aitem yaitu aitem nomor 1, 4, 6, 9, 10, 11, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 27 dan 28 sedangkan aitem yang tidak valid terdapat 10 aitem yaitu aitem nomor 2, 3, 5, 7, 8, 12, 13, 14, 18 dan 24. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yaitu dengan hasil 0,8035 yang artinya sudah reliabel, karena hasil diatas 0,60 dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3.3
Tabel Penilaian Skala

No .	Pernyataan	Favorable	UnFavorable
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-Ragu (R)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

F. Analisis Data

Menurut Hadi (2000) mengatakan bahwa analisis data adalah cara yang digunakan untuk mengolah data yang diperoleh sehingga didapatkan suatu kesimpulan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik. Kelebihan metode statistik untuk menganalisis adalah: (1) Statistik bekerja dengan angka-angka yang menunjukkan nilai atau harga. (2) Statistik bersifat obyektif sehingga unsur-unsur subjektif dapat dihindari. Kata lain, statistik sebagai alat penilaian tidak dapat berbicara lain, kecuali apa adanya. (3) Statistik bersifat universal, dalam arti digunakan hampir dalam semua penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi hubungan antar variabel. Metode statistik yang digunakan yaitu teknik *Analisis Korelasi Product Moment* yang merupakan analisis korelasi suatu hubungan antar satu variabel dengan variabel lainnya (Muhid, 2010).

Asumsi yang harus dipenuhi untuk melakukan analisis data dengan teknik analisis korelasi *product moment* adalah:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai untuk menguji apakah data subjek penelitian mengikuti suatu distribusi normal statistik. Uji normalitas dengan menggunakan teknik statistik uji *Kolmogorov-Smirnov Goodnes of Fit Test*.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linear tidaknya hubungan antar ke dua variabel.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer SPSS (*Statistical Packages for Sosial Science*) for windows

Adapun kriteria penilain korelasi menurut sugiono (2003) yaitu:

Tabel 3.4. Kriteria penilain korelasi

Interval koefisian	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