

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Dalam setiap penelitian diperlukan adanya rancangan penelitian, karena dengan adanya rancangan penelitian seorang peneliti akan mudah dan lebih cepat menyelesaikan penelitiannya. Agar penelitian memperoleh data yang valid dan sesuai dengan prosedur maka penelitian ini harus mengacu pada karakteristik variabel dan tujuan penelitian.

Sesuai dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kendang Jimbe dalam Negeri pada CV Sicash Makmor Kota Blitar”, maka penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk data diskripsi dengan menggunakan angka statistic.<sup>1</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi yang digunakan untuk mengetahui hubungan dua variabel, yaitu kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (variabel x) dan kepuasan konsumen Kendang Jimbe sebagai variabel terikat (variabel y).

#### **B. Definisi Operasional Variabel**

Dalam penelitian ini terdapat, dua varibel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X) serta variabel terikat yaitu Kepuasan konsumen (Y).

Definisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

---

<sup>1</sup>Ibnu Hajar, *Dasar-dasar Penelitian Kauntitatif dalam Pendidikan Metodologi* (Jakarta : PT Raja Grafindo, 1996), 30.

1. Menurut Fandy Tjiptono dalam buku *Strategi Pemasaran* mendefinisikan bahwa “Kualitas Pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketetapan dan keinginan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”.<sup>2</sup>

Tabel 3.1

## Indikator Kualitas Pelayanan

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Kualitas Pelayanan (X)	Bukti Langsung ( <i>Tangible</i> )	Bentuk pelayanan yang dapat dilihat secara langsung
	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, tepat, akurat dan sarana komunikasi.
	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Memberikan pelayanan dengan tanggap
	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Segala sesuatu yang mencangkup kemampuan, keopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki setiap driver bebas dari resiko yang berbahaya dan keraguan.

<sup>2</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta : Andy, 2008), 247.

	Empati ( <i>Emphaty</i> )	Kemudahan untuk melakukan hubungan komunikasi yang baik dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
--	---------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------

2. Menurut Day dalam buku *Total Quality Manajemen* bagaimana yang dikutip oleh Fandy Tjiptono menyatakan bahwa “Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”.<sup>3</sup>

**Tabel 3.2**  
**Indikator Kepuasan Konsumen**

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Kepuasan Konsumen (Y)	Kesetiaan Konsumen	Memakai kembali dan mereferensikan kepada orang lain
	Keluhan ( <i>Komplain</i> )	Tanggapan yang disebabkan oleh ketidakpuasan yang dirasakan oleh seseorang.
	Partisipasi	Keterlibatan mental dan emosi

### C. Lokasi Penelitian

<sup>3</sup>Fandy Tjiptono. Anastasia Diana, *Total Quality Manajemen* (Yogyakarta : Andy, 2003), 102.

Lokasi penelitian ini bertempat pada Jl. Sawunggaling Gg Kyai Jamal No 06 A RT. 02 RW. 06 Kelurahan Sentul, Kecamatan Kepanjen Kidul Kota Blitar.

#### **D. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenal generalisasi hasil penelitian. Jadi populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada subjek yang di pelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek ataupun subjek.<sup>4</sup>Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Kendang Jimbe dalam Negeri yang melakukan pembelian pada tahun 2017 sebanyak 160 orang.

##### **2. Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi. Karena ia merupakan bagian dari populasi, tentulah ia harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya. Sempel haruslah *resprsentatif*, artinya yaitu mewakili populasi agar dapat diambil kesimpulan berupa *generalisasi*. Kemudian untuk menentukan beberapa banyak sampel yang ada, maka menurut Suharsimi, yaitu sebagai berikut :

Sebagai sampel dalam penelitian ini, penyusunan menggunakan batasan-batasan yang sesuai dengan prosedur penelitian kuantitatif. Bila mana subjek dari populasi kurang dari 100, maka lebih baik

---

<sup>4</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD* (Bandung : CV Alfabeta, 2007), 115.

diambil semua, akan tetapi apabila jumlah subjek lebih dari 100 orang maka dapat diambil antara 10% - 15% atau 20% - 25%. Sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi, karena jumlah sampel lebih dari 100.

Penelitian ini akan mengambil jumlah sampel yaitu semua subjek dari Konsumen Kendang Jimbe dalam Negeri yang melakukan pembelian pada tahun 2017 di CV Sicash Makmor yaitu sebanyak 160 orang.

#### **E. Pengumpulan Data**

Yang dimaksud dengan metode pengumpulan data adalah cara yang dipakai dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian. Adapun metode yang digunakan adalah sebagai berikut :

##### **1. Metode Kuesioner (angket)**

Yang dimaksud dengan metode angket adalah suatu penyelidikan mengenai suatu masalah yang umumnya menyangkut kepentingan umum yang dilakukan dengan mengeluarkan suatu daftar pertanyaan berupa formulir-formulir yang tertulis kepada sejumlah subjek untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan secara tertulis.<sup>5</sup>

##### **2. Metode Interview**

---

<sup>5</sup>Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung : Mandar Maju, 1996), 217.

Cara ini sering disebut dengan istilah wawancara atau tanya jawab yang dilakukan dua orang atau lebih. Fungsi dari metode ini adalah untuk mendapatkan data-data yang belum diperoleh dari angket.

### 3. Metode Dokumentasi

Metode Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, buku-buku, majalah dan lain sebagainya yang berkaitan dengan seluk beluk suatu objek.<sup>6</sup>

## **F. Instrument Penelitian**

Instrument penelitian yaitu alat bantu yang digunakan memperoleh atau mengumpulkan data Instrumen Penelitian menentukan keberhasilan suatu penelitian. Oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa instrument, antara lain adalah :

### 1. Pedoman Kuesioner (*angket*)

Yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mempermudah informasi dari responden.

### 2. Pedoman Wawancara

Yaitu alat bantu yang berupa kumpulan pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden. Instrument dalam penelitian adalah pedoman wawancara yang ditujukan kepada beberapa pembeli atau konsumen Kendang jimbe.

### 3. Pedoman Dokumentasi

---

<sup>6</sup>Husaini, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung :Remaja Rosda Karya, 2001), 57.

Pedoman ini berfungsi tentang sebuah daftar jenis yang akan timbul dan akan diamati serta dicatat yang berkaitan dengan data yang dicari.

## G. Analisis Data

Metode analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar.<sup>7</sup> Metode ini dimaksudkan untuk menganalisis data yang telah diperoleh yang terkumpul dan tersusun secara berurutan, agar data yang obyektif melalui analisis statistik untuk menguji hipotesis, yaitu ada tidaknya atau seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kendang Jimbe dalam Negeri pada CV Sicash Makmor kota Blitar.

Adapun langkah-langkah mengolah data setelah data terkumpul adalah sebagai berikut :<sup>8</sup>

### 1. *Editing* (Membersihkan data)

Data yang masuk (raw data) perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam pengisiannya, barangkali ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai, dan sebagainya. Pekerjaan mengoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut dengan *editing*. Jawaban yang didapat dari responden perlu pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan responden itu benar.

---

<sup>7</sup>Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2004), 29.

<sup>8</sup>Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta : Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 1996), 81.

Apakah semua jawaban sudah dijawabnya, apakah sudah benar dan sesuai dengan keadaan dan lain-lain.

## 2. *Coding* dan *Categorizing*

Proses berikutnya adalah *Coding*, yaitu pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Sedangkan *Categorizing* adalah penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan ke dalam kategori variabelnya masing-masing. Dalam penelitian ini *Coding* dan *Categorizing* nya adalah sebagai berikut :

- a. Untuk variabel pertama, yaitu kualitas pelayanan (X)
- b. Untuk variabel kedua, yaitu Kepuasan Konsumen (Y)

## 3. *Scoring* (memberi skor)

*Scoring* adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembaran jawaban angket tiap subyek, tiap skor dari pada tiap item pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat option (pilihan) sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Skala Likert**

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Untuk jawaban sangat setuju	5
Untuk jawaban setuju	4
Untuk jawaban netral	3
Untuk jawaban tidak setuju	2
Untuk jawaban sangat tidak setuju	1



#### 4. *Tabulasi* (penyusunan data)

*Tabulasi* adalah membuat table-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara yang teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang termasuk dalam kategori.

#### 5. *Processing* (proses)

*Processing* adalah menghitung data dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.<sup>9</sup>

### **H. Deskripsi Data**

Tahap yang digunakan dalam deskripsi ini adalah sebagai berikut:

#### 1. **Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Cara mengukur validitas konstruktif yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus korelasi *product moment* dengan bantuan aplikasi SPSS for windows 21.

#### 2. **Uji Reabilitas**

Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian Reabilitas menggunakan SPSS 21.

---

<sup>9</sup>Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2008), 171-175

Ukuran kemantapan alpa dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai alpa 0,00-0,2, berarti kurang reliable
- 2) Nilai alpa 0,21-0,4, berarti agak reliable
- 3) Nilai alpa 0,41-0,6, cukup reliable
- 4) Nilai alpa 0,61-0,8, berarti reliable
- 5) Nilai alpa 0,81-1,00, berarti sangat reliable.

### **3. Uji Normalitas**

Digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabelbebas atas keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan beberapa cara. Cara yang pertama adalah membuat grafik distributive normal dengan bantuan program SPSS. Cara yang kedua adalah melakukan pengujian secara statistik dengan jalan menghitung nilai kurtosis secara statistik dengan jalan menghitung nilai kurtosis dan swenessnya.

### **4. Analisis Deskriptif**

Data yang di peroleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen Kendang Jimbe kota Blitar.

## 5. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Heteroskedastisitas

Uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians.<sup>10</sup> Cara untuk memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot* regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

1. Titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau disekitar 0.
2. Titik-titik yang mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik data tidak terpola.

### b. Uji Autokorelasi

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara faktor pengganggu yang satu dengan yang lainnya. Tes *Durbin Watson* dapat digunakan untuk menguji ada tidaknya autokorelasi.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 105.

<sup>11</sup>Ibid, 96.

## 6. Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut rumus regresi yang di gunakan:

$$Y = a + bX + e$$

Y : Variabel terikat (loyalitas pelanggan)

a : Konstanta

X : Variabel bebas (kepuasan konsumen)

b : Koefisien regresi

e : Error item

## 7. Analisis Korelasi (r)

Korelasi *Person Product Moment* adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.<sup>12</sup>

Langkah-langkah untuk menentukan nilai korelasi (r) adalah sebagai berikut:

- a) Membuat tabel penolong
- b) Menghitung nilai r

Rumus :

$$r_{xy} = \frac{\Sigma xy - \frac{(\Sigma x)(\Sigma y)}{n}}{\sqrt{\left(\Sigma x^2 - \frac{(\Sigma x)^2}{n}\right) \left(\Sigma y^2 - \frac{(\Sigma y)^2}{n}\right)}}$$

---

<sup>12</sup>Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua* (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), 197.

Keterangan :

$r$  : Korelasi *Pearson Product Moment*

$n$  : Jumlah sampel

$x$  : Skor setiap pertanyaan/item

$y$  : Skor total<sup>13</sup>

**Tabel 3.4**  
**Interpretasi nilai  $r$  *Product Moment***

Besarnya " $r$ " <i>Product Moment</i>	Interpretasi
0,00 – 0,20	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh, tapi sangat lemah sekali sehingga korelasi ini di abaikan dan di anggap tidak ada korelasinya
0,20 – 0,40	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang lemah atau rendah
0,40 – 0,70	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang sedang atau cukupan
0,70 – 0,90	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang tinggi
0,90 – 1,00	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang sangat tinggi.

<sup>13</sup>Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2013), 304.

## 8. Melakukan uji t (Pengujian Hipotesis)

Uji t di gunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$  jadi  $H_0$  di terima

$t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  jadi  $H_0$  di tolak

Uji F dalam penelitian ini tidak di perlukan karena uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga untuk uji hipotesis hanya di gunakan uji t karena variabel yang di pakai dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas sehingga tidak perlu untuk menguji pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat.