

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk data diskripsi dengan menggunakan angka statistik.¹

Sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi dan mana variabel yang dipengaruhi.²

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan karena dalam penelitian ini melibatkan peneliti harus langsung memperoleh data dari lapangan atau langsung dari objek yang diteliti. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang dalam pengumpulan datanya menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³

B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini Ahass Anton Motor yang beralamat di Jl. Raya Perak-Jombang.

¹Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan Metodologi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1996), 30.

²Sugiono, *Statistika Untuk Penelitan* (Bandung, Alfabeta, 2012), 37.

³Ibid., 13.

C. Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel masing-masing adalah:

1. Variabel bebas / *independen variable* (X)

Variabel bebas adalah variabel yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.⁴ Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan. Menurut Kotler, pelayanan adalah setiap kegiatan dan manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak perlu berakibat pemilikan sesuatu.⁵

Tabel 3.1
Operasional Variabel X (Kualitas Pelayanan)

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator
Kualitas Pelayanan(X)	Bukti fisik	Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang menunjang penyampaian pelayanan.
	Kehandalan	Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
	Daya tanggap	Keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan sebaik mungkin.
	Jaminan	Pengentahuan dan sopan santun para karyawan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya para pelanggan.
	Empati	Perhatian yang terfokus diberikan kepada pelanggan.

Sumber : Indikator Kualitas Pelayanan menurut Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani (2009).

⁴ Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 62.

⁵ Ida Nurjanah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam* (Kediri : Skripsi STAIN Kediri, 2013), 13.

Kuesioner dalam penelitian ini variabel X (Kualitas Pelayanan) merujuk pada penelitian dari Farida Ilmiah pada variabel Kualitas Pelayanan (X) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Wanita Di Rameyza Tour dan Travel Kediri” skripsi STAIN Kediri, 2017.

2. Variabel terikat / *dependen variable* (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel yang lain.⁶ Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Kotler & Keller menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.⁷

Tabel 3.2
Operasional variabel Y (Kepuasan)

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Kepuasan Pelanggan (Y)	Konfirmasi harapan	Kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk perusahaan
	Minat Pembelian Ulang	Konsumen akan setia terhadap produk yang membuat mereka puas, dan akan melakukan pembelian ulang selama produk tersebut masih mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen.
	Kesediaan Untuk Merekomendasi	kesedian untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

Sumber : Indikator Kepuasan Pelanggan menurut Eriyanto Prastyo Nugroho(2011).

⁶ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 62.

⁷ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), 353-354.

D. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini yang dipakai :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau obyek penelitian. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan Ahas Anton Motor Perak-Jombang. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas.⁸

b. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan. Data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini, misalnya data tentang sejarah perusahaan, lokasi, struktur organisasi dan data-data yang berkaitan dengan pokok bahasan dalam penelitian dan sudah ada di perusahaan.⁹

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data adalah cara yang dipakai dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian.

⁸ Uma Sekaran, *Research Method for Business* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 36.

⁹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2006), 122.

a. Observasi

Melakukan pengamatan langsung pada AHASS Anton Motor Perak-Jombang. Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai:

- 1) Lokasi AHASS Anton Motor Perak-Jombang.
- 2) Keadaan perusahaan/bengkel AHASS Anton Motor Perak-Jombang.

b. Angket (Kuesioner)

Metode pengumpulan data dengan memberikan atau membagikan lembar pertanyaan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Ahass Anton Motor Perak-Jombang. Pengukuran yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel-variabel yang akan diteliti melalui tanggapan responden menggunakan skala likert. Metode ini digunakan untuk memperoleh data kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y).

c. Metode Dokumentasi

Mencari data tentang hal-hal atau variabel berupa catatan, buku-buku, majalah dan lain sebagainya yang berkaitan dengan seluk beluk suatu obyek.¹⁰ Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai:

- 1) Sejarah AHASS Anton Motor Perak-Jombang.

¹⁰ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), 149.

- 2) Visi dan misi AHASS Anton Motor Perak-Jombang.
- 3) Struktur AHASS Anton Motor Perak-Jombang.
- 4) Produk-produk AHASS Anton Motor Perak-Jombang.

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan unsur yang menjadi subyek penelitian.¹¹ Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang sudah melakukan minimal 2 kali servis di AHASS Anton Motor Perak-Jombang yaitu 653 pelanggan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹² Berdasarkan penelitian ini, maka setiap pelanggan pada AHASS Anton Motor memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu.¹³ Kriteria yang digunakan peneliti adalah responden yang menggunakan pelayanan dan fasilitas Bengkel AHASS Anton Motor. Kriteria tersebut digunakan mengingat besarnya populasi dan juga belum tentu pelanggan yang pernah menggunakan jasa Bengkel AHASS Anton Motor akan kembali lagi pada waktu yang akan datang.

¹¹ Lerbin R. Aritonang. *Riset Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), 95.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 116.

¹³ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 60.

Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin¹⁴, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = *sampling eror* (10%)

Berdasarkan survey diketahui jumlah pelanggan Ahas Anton Motor yaitu N = 653 pelanggan. Didalam pemilihan sampel digunakan tingkat kesalahan 10% dari data yang ada. maka perhitungannya sebagai berikut:

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

$$n = \frac{653}{1+653 \times 0,01}$$

$$n = \frac{653}{7,5}$$

$$n = 87,07$$

Jadi, jumlah sampel yang diambil sebanyak 87 responden dan dianggap mewakili populasi yang ada.

¹⁴Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 61.

F. Analisis Data

Metode analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar.¹⁵ 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 seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan AHASS Anton Motor Perak-Jombang.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka peneliti menggunakan analisa *korelasi product moment* dan analisa regresi sederhana dengan menggunakan program SPSS 21. Adapun langkah-langkah mengolah data setelah data terkumpul adalah:¹⁶

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 *editing*. Jawaban yang didapat dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan responden itu benar, apakah semua jawaban sudah dijawabnya, apakah sudah benar dan sesuai dengan keadaan, dan lain-lain.

¹⁵ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), 29.

¹⁶ Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Bagian Penerbit Falkutas Ekonomi UII, 1986), 81.

2. *Coding* (Pembuatan Kode)

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

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

3. *Scoring* (Memberi Skor)

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

- a. Sangat tidak setuju (STS) bobot nilai : 1
- b. Tidak Setuju (TS) bobot nilai : 2
- c. Netral (N) bobot nilai : 3
- d. Setuju (S) bobot nilai : 4
- e. Sangat setuju (SS) bobot nilai : 5

4. *Tabulasi* (Penyusunan Tabel)

Tabulasi adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara yang diteliti dan

teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang termasuk dalam kategori.

5. *Processing* (Proses)

Processing adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.¹⁷ Pada tahap ini menggunakan bantuan program SPSS versi 21 dengan menggunakan analisis statistik sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁸ Uji ini dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 21.

b. Uji Realibilitas

Realibilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.¹⁹ Pengujian Reabilitas menggunakan aplikasi SPSS 21.

Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai alpha 0,00-0,2 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha 0,21-0,4 berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha 0,41-0,6 berarti cukup reliabel

¹⁷ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 171-175.

¹⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan IV (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 45.

¹⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), 135.

4) Nilai alpha 0,61-0,8 berarti reliable

5) Nilai alpha 0,81-1,00 berarti sangat reliabel²⁰

c. Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanandan kepuasan pelanggan terhadap AHASS Anton Motor.

d. Uji Asusmsi Klasik

1. Uji Normalitas

Digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika nilai rasio skewness dan kurtosis di antara -2 sampai dengan +2 maka data berdistribusi normal.²¹ Cara menghitungnya yaitu (rasio skewness = skewness / std.error skewness) dan (rasio kurtosis = kurtosis / std.error kurtosis).

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui adatidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya²². Mendeteksi

²⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Belajar SPSS* (Jakarta: Prestasi Putaka Karya, 2009), 97.

²¹ V. Wiratna Sujarweni, *Belajar SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 38.

²²Ibid., 180.

autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat auto korelasi.
- 2) Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak terjadi autokorelasi.
- 3) Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai dU dan dL dapat diperoleh tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain.²³

Cara untuk memprediksi ada tidaknya heteros kedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas, dibawah atau sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data mengumpulannya di atasatau di bawah saja.

²³ Ibid.

- 3) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

e. Analisis Korelasi (r)

Korelasi *Pearson Product Moment* adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data terbentuk interval dan rasio.²⁴ Langkah-langkah untuk menentukan nilai korelasi (r) sebagai berikut:

- 1) Membuat tabel penolong
- 2) Menghitung nilai r

$$\text{Rumus : } r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

- r = Korelasi PPM
 n = Jumlah sampel
 x = Variabel bebas (kualitas pelayanan)
 y = Variabel terikat (kepuasan pelanggan)

²⁴ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*(Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), 197.

Tabel 3.3
Kriteria Koefisien Korelasi

Interval Koefesiensi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Antara variabel x dan y terdapat hubungan tetapi sangat lemah sekali, sehingga korelasi ini diabaikan dan dianggap tidak ada korelasinya.
0,20-0,399	Antara variabel x dan y terdapat hubungan yang lemah atau rendah.
0,40-0,599	Antara variabel x dan y terdapat hubungan yang sedang atau cukup.
0,60-0,799	Antara variabel x dan y terdapat hubungan yang kuat.
0,80-1,000	Antara variabel x dan y terdapat hubungan yang sangat kuat.

Sumber: Ridwan, *Metode dan Teknik, menyusun tesis*(Bandung: Alfabeta, 2013), 136.

f. Analisis Regresi Linier Sederhana

$$Y = a + bx$$

Mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif dan perubahan x terhadap perubahan y.

Hubungan x dan y dapat dinyatakan sebagai fungsi linier sebagai berikut:

Dimana:

Y= Kepuasan Pelanggan

a= Konstanta

b= Koefisien regresi dan variabel dependen

x= pelayanan

Asumsi agar analisis regresi dapat digunakan adalah :

- 1) Variabel yang dicari hubungannya harus berdistribusi normal.
- 2) Variabel X tidak acak dan variabel Y harus acak.
- 3) Variabel yang dihubungkan mempunyai pasangan sama dari subjek yang sama pula.
- 4) Variabel yang dihubungkan mempunyai data interval atau rasio.²⁵

g. Melakukan Uji t

Uji t digunakan untuk menguji atau melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau sendiri-sendiri.²⁶ Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan hipotesis

H_a = koefisien regresi signifikan

H_0 = koefisien regresi tidak signifikan

- 2) *Lefel of signification* $\alpha = 0,05$

- 3) Menentukan t hitung

- 4) Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada $(\alpha/2=N-2)$

- 5) Kriteria pengujian

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

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

- 6) Membandingkan t hitung dengan t tabel

²⁵ Husaini Usman dan Purnomo Setyadi Akbar, *Pengantar Statitika*(Jakarta: PT. Bumu Aksara, 2006), 215.

²⁶Damondar Gurajati, *Dasar- Dasar Ekonometrika* (Jakarta: Erlangga, 2006),62.

h. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.²⁷ Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa besar presentase variabel bebas (kualitas pelayanan) mampu menjelaskan variabel terikat (kepuasan). Kriteria pengujian:

$R^2 = 0$, artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100%, artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.

²⁷ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.