

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian eksplanatori (*eksplanatory research*). Penelitian *eksplanatory* bermaksud menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan layanan jasa pada Biro Jasa Sugiyono 88 di Bandar Lampung. Alasan memilih Biro Jasa Sugiyono 88 sebagai jasa yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah karena Biro Jasa Sugiyono 88 merupakan salah satu Biro jasa yang baru berjalan 6 tahun tapi bisa setara dengan biro jasa yang sudah lama dikenal oleh masyarakat kota Bandar Lampung.

3.3 Sumber Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini diperoleh dari sumber yang secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu :

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari konsumen Biro Jasa Sugiyono 88 di Bandar Lampung yang menjadi responden penelitian, melalui pengisian kuesioner.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Data ini diperoleh melalui yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, misalnya literatur terkait, majalah, internet, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya. Jadi, data sekunder berasal dari tangan kedua, ketiga dan seterusnya, artinya melewati satu atau lebih pihak yang bukan peneliti sendiri.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2009:115) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengguna jasa Biro jasa Sugiyono 88 di Kota Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2009:64) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini karakteristik populasi yang ada sulit diketahui atau tidak diketahui dengan pasti, sehingga peneliti memilih teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah metode *Probability Sampling*, yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel, atau

pengambilan sampel secara random atau acak. dan dengan tehnik *Simple Random Sampling*, yaitu karena cara pengambilan sampel dari semua anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Oleh karena itu sampel pada riset ini dengan kriteria :

Responden yang pernah dan sedang menggunakan jasa kepengurusan surat kendaraan bermotor Biro Jasa Sugiyono 88.

Penentuan jumlah sampel yang diambil mengacu pada teknik Slovin dalam Umar (2003) dengan rumus sebagai berikut:

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

$$n = \frac{50.961}{50.961 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{50.961}{51.470,61} = 99,9$$

Keterangan:

N : Jumlah Populasi

n : Jumlah Sampel

d : Batas toleransi yang digunakan

Jadi jumlah n sebesar 99,9 namun untuk mencegah terjadinya kesalahan, maka peneliti membulatkan menjadi 100 responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Kuisisioner

Peneliti akan melakukan penyebaran kuisisioner atau wawancara langsung untuk mendapatkan respon dari kualitas layanan dan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen Biro Jasa Sugiyono 88. Kuisisioner merupakan satu set pertanyaan yang tersusun secara sistematis dan standar sehingga pertanyaan yang sama dapat diajukan terhadap setiap responden. Sistematis maksudnya bahwa variabel pertanyaan disusun secara berurutan sesuai dengan maksud dan tujuan pengumpulan data. Skala dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 3.1 Skala Pengukuran

No	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Penyebaran kepada responden saat responden mengunjungi kantor Biro Jasa Sugiyono 88 yang dimungkinkan akan mendapat responden pengguna jasa kepengurusan surat kendaraan bermotor Biro Jasa Sugiyono 88.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu beberapa referensi dari berbagai literatur dan data yang ada dalam buku, hasil penelitian atau riset untuk mendapatkan informasi terkait dengan masalah dan tujuan riset.

3.6 Varibel Penelitian dan Pengukuran

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009 : 2). Adapun kedua variabelnya :

1) Variabel dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini ialah kepuasan konsumen (Y), pengukuran menggunakan pengukuran yang telah dikembangkan oleh Shanka (2012).

Menurut Shanka (2010) kepuasan konsumen diukur dengan :

1. Puas dengan pelayanan yang diberikan
2. Membicarakan hal-hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain
3. Secara berlanjut akan menjadi konsumen perusahaan dimasa yang akan datang
4. Menawarkan layanan yang diberikan perusahaan kepada teman atau kerabat dekat

Pengukuran kepuasan konsumen tersebut menggunakan pengukuran yang dikembangkan oleh Shanka (2012).

2) Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Adapun variabel bebas yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu Kualitas layanan (X), Pengukuran menggunakan pengukuran yang di kembangkan oleh Culiberg *et al* (2010).

Ada lima dimensi kualitas layanan yaitu :

- *Tangible* (X1)
- *Reliability* (X2)
- *Responsiveness* (X₃)
- *Assurance* (X4)
- *Empati* (X5)

3.6.1 Pengukuran Variabel

Tabel 3.2 Pengukuran Variabel X dan Y

Variabel	Sub Variabel	Definisi variabel	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (X)	Bukti Langsung (X1)	meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. (Parasuraman <i>et al</i> 1988:23)	<ul style="list-style-type: none"> • Kantor secara visual menarik • Memiliki peralatan teknis yang moderen • karyawan berpakaian dengan rapi, sesuai dengan pekerjaan yang mereka lakukan • materi yang berhubungan dengan layanan menarik secara visual 	Ordinal

Tabel 3.2 Pengukuran Variabel X dan Y (Lanjutan)

Variabel	Sub Variabel	Definisi variabel	Indikator	Skala
	Empati (X2)	kesiapan perusahaan jasa untuk memberikan perhatian ke setiap pelanggan secara pribadi (Parasuraman <i>et al</i> 1988:23)	<ul style="list-style-type: none"> • mempertimbangkan keinginan dan kebutuhan konsumen • Memiliki jam operasional yang nyaman untuk semua konsumen • pegawai tahu harus memberikan saran apa yang akan menjadi layanan yang paling tepat untuk kebutuhan spesifik konsumen • karyawan menunjukkan pemahaman kebutuhan spesifik konsumen 	Ordinal
	Ketanggapan (X3)	kesediaan perusahaan untuk membantu pelanggan dengan menyediakan kinerja pelayanan yang cepat dan efisien (Parasuraman <i>et al</i> 1988:23)	<ul style="list-style-type: none"> • karyawan dengan cepat merespon permintaan konsumen • karyawan cepat dalam menghilangkan potensi kesalahan • karyawan selalu bersedia untuk membantu • konsumen tidak menghabiskan banyak waktu menunggu dalam antrean 	Ordinal

Tabel 3.2 Pengukuran Variabel X dan Y (Lanjutan)

Variabel	Sub Variabel	Definisi variabel	Indikator	Skala
	keandalan (X4)	kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang akurat dan dapat diandalkan. (Parasuraman <i>et al</i> 1988:23)	<ul style="list-style-type: none"> • melakukan layanan persis seperti yang dijanjikan • melakukan pelayanan tanpa kesalahan • melakukan bentuk layanan yang benar pertama kalinya • karyawan menunjukkan kepedulian yang tulus dalam memecahkan masalah konsumen 	Ordinal
	Jaminan (X5)	fitur beragam yang memberikan kepercayaan kepada pelanggan (seperti pengetahuan layanan tertentu perusahaan, perilaku sopan dan dipercaya karyawan). (Parasuraman <i>et al</i> 1988:23)	<ul style="list-style-type: none"> • konsumen merasa aman dalam melakukan transaksi • karyawan memiliki pengetahuan yang cukup luas untuk andal menanggapi pertanyaan konsumen • karyawan dapat dipercaya • karyawan baik dan sopan 	Ordinal
Kepuasan konsumen (Y)		perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler 2009:177).	<ul style="list-style-type: none"> • Puas dengan layanan jasa yang sudah diberikan • Mengatakan hal-hal positif ke orang lain • Mendorong teman-teman dan kerabat untuk menggunakan layanan yang ditawarkan 	Ordinal

3.7 Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan analisis faktor yang merupakan alat analisis statistika yang bertujuan untuk mereduksi dimensi data yang dijelaskan oleh variabel asal. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan menggunakan analisis faktor dengan menggunakan bantuan program SPSS 17. di mana syarat boleh dilakukannya analisis faktor harus memiliki nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) $> 0,50$ dan *Communalities* minimal 0.5 dinyatakan valid dan sampel bisa diteliti lebih lanjut (Santoso, 2002:101).

Uji validitas ditujukan kepada 30 responden sebelum kuesioner sesungguhnya disebarkan kepada jumlah sampel yang banyak.

3.7.2 Reliabilitas

Uji Reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS 20.0. Pengujian dilakukan dalam tahapan yaitu dengan membandingkan nilai pada Cronbach's Alpha dengan nilai pada *Cronbach's Alpha if item deleted*. Jika Alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliable dan harus dilakukan test kelanjutan guna melihat item-item tertentu yang tidak reliable. Hasil uji reliabilitas dengan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0.5 = \text{Reliable}$ (Ghozali, 2006:133).

3.8 Uji Hipotesis

Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis statistik program SPSS.20.0. Untuk melakukan analisis ada beberapa tahapan yang harus dilakukan yaitu :

1. Analisis Deskriptif, statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul (Sanusi 2011:115). Pada penelitian ini, peneliti melakukan analisis deskriptif dengan menentukan tabel frekuensi dan rata-rata. Selanjutnya menjelaskan atau mendeskripsikan tentang variasi responden dalam merespon pertanyaan yang diajukan kepada responden.
2. Analisis statistik yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan SPSS 20.0. Analisis ini digunakan untuk mengasumsikan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel kepercayaan merek terhadap loyalitas merek. Jadi analisis regresi berganda dilakukan jika jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2010: 277). Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y_i = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + bX_5 + e$$

dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

X₁ = *Tangibles*

$X_2 = Reliability$

$X_3 = Responsiveness$

$X_4 = Assurance$

$X_5 = Emphaty$

Suatu perhitungan statistik dapat dikatakan signifikan secara statistik apabila nilai uji statistik berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya, disebut tidak signifikan bila nilai uji statistik berada dalam daerah dimana H_0 diterima. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan :

1. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji-t menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

$$H_0: b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Kualitas layanan (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y)

$$H_a: b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 \neq 0$$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Kualitas Layanan (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Kreteria pengambilan keputusan:

$$H_0 \text{ diterima jika } t \text{ hitung} > t \text{ table, pada } \alpha = 5\%$$

$$H_a \text{ ditolak jika } t \text{ hitung} < t \text{ table, pada } \alpha = 5\%$$

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.