

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah deskriptif (*explanatory*) dengan verifikatif (*quantitative*). Adapun tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran sistematis, faktual mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki mengenai situasi sebenarnya dari suatu objek penelitian. Penelitian verifikatif yang diungkapkan oleh Wirartha (2006:132) menyatakan bahwa penelitian verifikatif bertujuan menguji kebenaran (mengecek) suatu pengetahuan, dalam hal ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan purna jual (X) terhadap kepuasan konsumen (Y).

3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian skripsi ini yaitu :

1. Sumber Data Primer yaitu data yang didapatkan secara langsung yang bersumber dari observasi, hasil wawancara dengan pemilik PT Lautan Teduh Interniaga Bandar Lampung dan konsumen-konsumen yang menggunakan produk sepeda motor Yamaha, pembagian angket atau kuisisioner kepada yang menggunakan produk elektronik bergaransi di Bandar Lampung.

2. Sumber Data Sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung berhubungan dengan responden yang diteliti dan merupakan pendukung dari bagian penelitian yang dilakukan. Data diperoleh melalui pengumpulan sendiri oleh peneliti, misalnya pembukuan PT Lautan Teduh Interniaga Bandar Lampung, majalah, internet, buku-buku yang dijadikan sumber referensi penelitian. Jadi, data sekunder berasal dari tangan kedua, ketiga dan seterusnya artinya melewati satu atau lebih pihak yang bukan penelitian sendiri.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Widiyanto (2012: 58) populasi adalah suatu kelompok atau kumpulan subjek atau objek yang akan di generalisasikan dari hasil penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu pemilik dari PT Lautan Teduh Interniaga dan konsumen yang menggunakan produk sepeda motor Yamaha di Bandar Lampung sebanyak 60.150 orang.

3.3.2 Sampel

Menurut Widiyanto (2012: 58) Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti; dipandang sebagai suatu pendugaan terhadap populasi, namun bukan populasi itu sendiri. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diamati. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan sepeda motor Yamaha dan pernah melakukan *service* serta perawatan di PT Lautan Teduh Bandar Lampung.

Menurut Widiyanto (2012: 58) untuk ukuran populasi dalam penelitian yang tidak dapat diketahui dengan pasti jumlahnya maka besar sampel yang digunakan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe^2)}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

Z = Skor pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka $Z = 1,96$

Moe = *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$n = 96,04 = 97$ atau dibulatkan menjadi 100

dari hasil perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 100 responden.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian dengan metode *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini dapat diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel

dilakukan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan (Widiyanto, 2012: 5).

Kriteria sampel dalam penelitian adalah konsumen pengguna motor Yamaha yang pernah mendapatkan layanan purna jual di PT Lautan Teduh Bandar Lampung.

3.4 Variabel dan Definisi Operasional Penelitian

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah pelayanan purna jual sebagai variabel bebas (X) dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (Y)

3.4.2 Definisi Operasional Penelitian

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi operasional	Sub variabel	Indikator	Pengukuran
Pelayanan purna jual	Jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumennya setelah transaksi penjualan dilakukan sebagai jaminan mutu untuk produk yang ditawarkannya (Lele dan Karmarkar, 2005)	1. Layanan yang diberikan oleh <i>customer service</i> (X_1)	1. Cepat dalam merespon keluhan konsumen 2. Dapat menjelaskan dengan baik jasa dan produk 3. Ramah dalam melayani konsumen	Skala Likert 1. Sangat Tidak Setuju (STS) 2. Tidak Setuju (TS) 3. Ragu-ragu (R) 4. Setuju (S) 5. Sangat Setuju (SS)
		2. Pemberian jaminan (X_2)	1. Memberikan jaminan atau garansi 2. Memberikan jaminan atau garansi atas suku cadang 3. Memberikan ganti rugi pelayanan yang tidak memuaskan	
		3. Pelatihan dan petunjuk penggunaan produk (X_3)	1. Menjelaskan kepada konsumen tata cara penggunaan produk 2. Pelanggan diberikan arahan dalam penggunaan kendaraan setelah perawatan 3. Pelanggan diberikan arahan dalam penggunaan kendaraan setelah perbaikan 4. Pengetahuan tentang <i>service</i>	

Tabel 3.1 Definisi Operasional (lanjutan)

Variabel	Definisi operasional	Sub variabel	Indikator	Pengukuran
Pelayanan purna jual	Jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumennya setelah transaksi penjualan dilakukan sebagai jaminan mutu untuk produk yang ditawarkannya (Lele dan Karmarkar, 2005)	4. Layanan yang diberikan oleh customer service (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cepat dalam merespon keluhan konsumen 2. Dapat menjelaskan dengan baik jasa dan produk 3. Ramah dalam melayani konsumen 	Skala Likert <ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat Tidak Setuju (STS) 2. Tidak Setuju (TS) 3. Ragu-ragu (R) 4. Setuju (S) 5. Sangat Setuju (SS)
		5. Pemberian jaminan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan jaminan atau garansi 2. Memberikan jaminan atau garansi atas suku cadang 3. Memberikan ganti rugi pelayanan yang tidak memuaskan 	
		4. Pelatihan dan petunjuk penggunaan produk (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan kepada konsumen tata cara penggunaan produk 2. Pelanggan diberikan arahan dalam penggunaan kendaraan setelah perawatan 3. Pelanggan diberikan arahan dalam penggunaan kendaraan setelah perbaikan 4. Pengetahuan tentang service 	

Tabel 3.1 Definisi Operasional (lanjutan)

Kepuasan konsumen	Kepuasan konsumen adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk atau suatu jasa sepadan dengan harapan <i>customer</i> , jika kinerja tidak sesuai harapan maka <i>customer</i> tidak puas (Kotler dan Armstrong, 2004: 298)	1. Kualitas yang dirasakan	1. Puas atas kualitas pelayanan yang diberikan 2. Puas atas ketersediaan suku cadang secara lengkap	Skala Likert 1. Sangat Tidak Setuju (STS) 2. Tidak Setuju (TS) 3. Ragu-ragu (R) 4. Setuju (S) 5. Sangat Setuju (SS)
		2. Nilai yang dirasakan	1. Puas dengan pelayanan yang diberikan PT Lautan Teduh Interniaga bila dibandingkan dengan <i>dealer</i> lain 2. Puas dengan kelengkapan suku cadang yang disediakan	
		3. Harapan	1. Puas akan kinerja PT Lautan Teduh Interniaga 2. Puas akan ketersediaan dan harga suku cadang	

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah untuk mengetahui instrumen benar-benar mengukur hal yang ingin diukur (Sugiyono, 2007: 68). Uji validitas alat pengumpul data (kuisisioner) dilakukan dengan menggunakan menggunakan analisis faktor yaitu alat analisis statistik yang dipergunakan untuk mereduksi faktor-faktor yang mempengaruhi suatu variabel menjadi beberapa set indikator saja, tanpa kehilangan informasi yang berarti. Analisis faktor digunakan untuk penelitian awal di mana faktor-faktor yang mempengaruhi suatu variabel belum diidentifikasi secara baik (explanatory research). Selain itu, analisis faktor juga dapat digunakan untuk menguji validitas suatu rangkaian kuisisioner. Sebagai gambaran, jika suatu indikator tidak mengelompok kepada variabelnya, tetapi malah mengelompok ke variabel yang lain, berarti indikator tersebut tidak valid. Adapun dalam penelitian

semua indikator dikatakan valid jika $KMO > 0,5$, $antiimage > 0,5$, $communlaities > 0,5$ dan $factor loading > 0,5$ (Hair *et al.*, 2010: 710).

3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini item/ Pernyataan pada kuisisioner yang sudah valid, diuji dengan rumus *Alpha Cronbach*. Adapun hasil penelitian dikatakan reliabel jika $\alpha > 0,7$ dan $\alpha > Alpha Cronbach if item delete$ (Hastono, 2007: 56).

3.6 Metode Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner, langkah pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah editing dan pengolahan data dalam bentuk tabulasi hasil jawaban responden kemudian dilakukan analisis data menggunakan metode Analisis Kualitatif dan Analisis Kuantitatif.

3.6.1 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis yang menggambarkan secara rinci, interpretasi terhadap data diperoleh melalui pendekatan teoritis. Dalam hal ini untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan melalui pendekatan teori, kemudian dideskripsikan atau dijelaskan. Dimana data yang diperoleh dari efektivitas penelitian dianalisis dengan menggunakan analisis statistik inferensial.

Dalam analisis data yang bersifat kualitatif dapat digambarkan dengan menggunakan alat uji interval kelas (Widiyanto, 2012: 5), yaitu :

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

$$I = \frac{(5 \times 100) - (1 \times 100)}{5}$$

$$I = 80$$

Keterangan :

I = Interval Kelas
 NT = Nilai tertinggi (5)
 NR = Nilai Terendah (1)
 K = Kategori

Untuk menentukan kategori dari masing-masing pernyataan digunakan interval sebagai berikut:

100 – 179 : Tidak baik
 180 – 259 : Kurang Baik
 260 – 339 : Cukup Baik
 340 – 419 : Baik
 420 – 500 : Sangat Baik

(Widiyanto, 2012: 5)

3.6.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif untuk menguji hipotesis asosiatif (pengaruh antar variabel) menggunakan pendekatan analisis regresi linear berganda yang dalam perhitungannya menggunakan bantuan program aplikasi komputer *SPSS 18.00 for Windows*.

Analisis regresi linear berganda

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Keterangan :

\hat{Y} = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi Parsial

e = variabel error (*error term*)

X = Variabel Penjelas (pelayanan purna jual)

Analisis Regresi linier digunakan untuk menganalisis pengaruh antar variabel penjelas/independen dan variabel dependen. Regresi linier dipilih karena dua alasan berikut ini,

1. Penelitian ini hanya dimaksudkan untuk mencari kecenderungan dari variabel independen terhadap variabel dependen sehingga memerlukan semua variabel yang berpengaruh dalam penelitian ini.
2. Pemilihan variabel yang berpengaruh dapat digunakan dengan menghilangkan variabel lain yang memiliki nilai sig-t yang melebihi 0,05. Hal ini masih dianggap memadai untuk penelitian ilmu-ilmu sosial, karena dalam penelitian ilmu sosial ada faktor ketidakpastian yang lebih besar dibandingkan dalam ilmu eksakta untuk tetap dipertahankan dalam model. Dalam regresi linier dihitung nilai *R square* yang merupakan pengkuadratan dari koefisien korelasi, atau dapat juga disebut koefisien determinasi. Nilai *R square* berkisar antara 0 – 1, dengan catatan semakin kecil nilai *R square* maka semakin lemah hubungan kedua variabel.

Nilai *R square* yang mendekati 1 artinya variabel dependen yang ada dapat dijelaskan secara linier oleh variabel independen. Nilai *R square* yang mendekati 0 (nol) adalah bukan berarti bahwa variabel dependen yang ada tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada, tetapi dapat dikatakan bahwa hubungan kedua variabel bukan hubungan linier.

3.7 Pengujian Hipotesis

3.7.1 Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui signifikansi dari hipotesis dalam penelitian ini.

Uji F yaitu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria yang digunakan adalah:

1. $H_a: b_1 = 0$ artinya variabel independen berpengaruh positif secara simultan terhadap terhadap variabel dependen.
2. $H_o: b_1 > 0$ artinya variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap terhadap variabel dependen.

(Widiyanto, 2012: 5)

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Taraf signifikan ($\alpha = 0,05$)
- b) Distribusi F dengan derajat kebebasan (n-k)
- c) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_o ditolak dan H_a diterima
- d) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak

3.7.2 Uji t

Uji t yaitu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria yang digunakan adalah:

1. $H_a: b_1 = 0$ artinya variabel independen berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel dependen.
2. $H_o: b_1 > 0$ artinya variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

(Widiyanto, 2012: 5)

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Taraf signifikan ($\alpha = 0,05$)
- b) Distribusi t dengan derajat kebebasan (n-k)
- c) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_o ditolak dan H_a diterima
- d) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak

3.8 Rancangan Kuesioner

Isi dari koesioner yang disebarkan kepada responden terdiri atas:

- b. Bagian I terdiri dari 5 pertanyaan, mengenai profil responden, mengenai jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan
- c. Bagian II, terdiri dari 17 pertanyaan mengenai pelayanan purnajual.
- d. Bagian III, terdiri dari 6 pertanyaan mengenai kepuasan konsumen.