

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan 6 penyedia jasa pijat modern di Bandar Lampung sebagai objek penelitian. Data yang dibutuhkan akan diteliti dari kualitas pelayanan serta kepuasan konsumen yang dihasilkan dari pelayanan yang diberikan oleh ketujuh penyedia jasa pijat modern di Bandar Lampung. Data yang dibutuhkan akan dikumpulkan berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan (*Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance*) dan kemudian diuji pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada seluruh konsumen penyedia jasa di Bandar Lampung.

#### **3.2 Metode Pengumpulan Data**

##### **a. Kuesioner**

Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan langsung dari pengisian kuesioner (angket) yang ditujukan kepada responden tentang tanggapan atau pandangannya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa pijat modern dan juga kepuasan masing-masing responden sebagai konsumen. Pengumpulan data dengan menggunakan kombinasi pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka, yang diberikan kepada responden secara langsung sehingga didapatkan keobjektifan data yang tepat. Data yang dikumpulkan meliputi

identitas responden serta tanggapan konsumen terhadap pelayanan jasa pijat modern keluarga.

Pertanyaan-pertanyaan pada angket tertutup dibuat dengan Skala Likert 1-5 dengan menggunakan pertanyaan berskala (*scaling questions*). Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifikasi oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Jawaban setiap *item* instrumen yang menggunakan *Skala Likert* dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut diubah dalam bentuk skala interval seperti yang ditunjukkan tabel berikut:

**Tabel 2 Skala Interval pada Pertanyaan Tertutup**

| Pilihan Jawaban     | Skor     |
|---------------------|----------|
| Sangat Setuju       | 81 - 100 |
| Setuju              | 61 - 80  |
| Netral              | 41 - 60  |
| Tidak Setuju        | 21 - 40  |
| Sangat Tidak Setuju | 1 - 20   |

#### **b. Wawancara**

Selain kuesioner, wawancara juga digunakan untuk mendukung akurasi dan kelengkapan kuesioner tersebut. Wawancara juga digunakan untuk memperluas pandangan peneliti tentang data-data lain yang tidak terformulasi dalam kuesioner. Namun, akan memiliki implikasi strategis bagi perusahaan, sehingga

layak untuk dilakukan penelitian lebih lanjut. Selain itu wawancara juga digunakan untuk melengkapi data yang terkumpul melalui kuesioner.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **a. Data Primer**

Adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau bersangkutan yang memerlukannya. Data primer didapat dari jawaban kuesioner oleh responden.

#### **b. Data Sekunder**

Adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain (Santoso, dan Tjiptono, 2001: 125).

### **3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Berikut ini dipaparkan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3 Variabel Penelitian dan Indikator

| Variabel                    | Sub-Variabel                                           | Definisi Operasional                                                                                | Indikator                                                                                                                                                        | Skala    |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>Kualitas Layanan (X)</b> | <b><i>Tangibles</i></b><br>(Kemampuan fisik)<br>(X1)   | Penampilan fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta pegawainya.                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teknologi pendukung</li> <li>• Penampilan karyawan</li> <li>• Kebersihan tempat</li> <li>• Keadaan ruangan</li> </ul>   | Interval |
|                             | <b><i>Reliability</i></b><br>(Keandalan)<br>(X2)       | Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kecepatan</li> <li>• Kelengkapan</li> <li>• Kualitas fasilitas</li> <li>• Ketersediaan jumlah karyawan</li> </ul>       | Interval |
|                             | <b><i>Responsiveness</i></b><br>(Daya tanggap)<br>(X3) | Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan</li> <li>• Keterampilan karyawan</li> <li>• Kesigapan karyawan</li> </ul> | Interval |
|                             | <b><i>Assurance</i></b><br>(Jaminan)<br>(X4)           | Pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompetensi karyawan</li> <li>• Kesopanan karyawan</li> <li>• Kredibilitas pelayanan</li> </ul>                          | Interval |

|                                 |                                              |                                                                                                                                |                                                                                                                                            |          |
|---------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
|                                 | <b><i>Empathy</i></b><br>(Perhatian)<br>(X5) | Kesediaan untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan komunikasi karyawan dengan konsumen</li> <li>• Kemudahan akses pada karyawan</li> </ul> | Interval |
| <b>Kepuasan Konsumen</b><br>(Y) |                                              | Perasaan suka atau tidak suka seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara informasi jasa yang didapat dan yang diharapkan | Pelayanan                                                                                                                                  | Interval |

### 3.5 Metode Penentuan Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam menentukan data yang akan diteliti teknik pengambilan sampling yang akan digunakan adalah dengan *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2004:77) *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Teknik ini biasanya dilakukan karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh. Keuntungan dari pada teknik ini adalah terletak pada ketepatan peneliti memilih sumber data sesuai dengan variabel yang diteliti (Arikunto, 2002: 231). Responden yang dipilih adalah penduduk di Bandar Lampung yang pernah menggunakan jasa pijat modern dari salah satu atau lebih dari satu penyedia jasa pijat modern yang dimasukkan dalam sampel populasi.

Responden diperbolehkan untuk mengisi kuesioner walaupun telah menggunakan jasa pijat modern tersebut lebih dari satu tempat.

Menurut Malhorta (2003: 436) bahwa minimal unit sampel 4 atau 5 kali dari jumlah variabel yang akan diteliti. Bahkan menurut J. Supranto (2004; 145) besarnya unit sampel adalah lebih besar dari jumlah variabel yang diteliti atau dengan simbol ( $n > k$ ). Oleh karena itu Populasi yang ada jumlahnya tidak terbatas sehingga tidak dapat dipergunakan metode secara *Random Sampling* karena tidak dapat dibuat kerangka sampling untuk penentuan sampel untuk dipilih sebagai responden, maka Sampel yang akan diambil disesuaikan dengan kemampuan, batas waktu dan biaya. Untuk itu penulis dalam penentuan sampel akan ditentukan sebanyak 90 sampel dengan metode *Aksidental Non Random Sampling* yaitu seketemu peneliti pada saat melakukan penelitian.

### **3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.6.1 Uji validitas**

Pengukuran uji validitas suatu konstruk dengan menggunakan Analisis Faktor, yaitu pembentukan skor-skor tinggi dari suatu item sehingga membentuk suatu konstruk yang benar, dan tidak boleh termuat secara tinggi di konstruk yang lain.

Pengujian validitas menggunakan alat ukur berupa program komputer yaitu SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) , dan jika suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya dengan maka dikatakan alat skor tersebut adalah valid (Ghozali, 2006: 210).

**Tabel 4 Batasan Skor Muatan untuk Analisis Faktor**

| <b>Skor Muatan</b> | <b>Validitas Konstruk</b> |
|--------------------|---------------------------|
| <= 0,45            | Rendah                    |
| >0.45              | Cukup                     |
| >0,55              | Baik                      |
| >0,63              | Sangat Baik               |
| >0,71              | Memuaskan                 |

**Sumber : Comrey dalam Jogiyanto, 2008**

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam melakukan perhitungan Alpha, digunakan alat bantu program komputer yaitu *SPSS for Windows* dengan menggunakan model Alpha. Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih kecil dari Koefisien Alpha (Ghozali, 2006: 215). Penghitungan *Cronbach's Alpha* dilakukan dengan menghitung rata-rata interkorelasi di antara butir-butir pertanyaan dalam kuesioner. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{tt} = \frac{M}{M-1} \left( 1 - \frac{V_x}{V_t} \right)$$

Keterangan:

$r_{tt}$  = Koefisien Alpha

$V_x$  = Variansi Butir

$V_t$  = Variansi Total (Faktor)

$M$  = Jumlah Butir

### 3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari analisis data kualitatif dan analisis data kuantitatif.

#### 3.7.1 Analisis Data Kuantitatif

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Rumus matematis dari regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Kepuasan Konsumen

$a$  = konstanta

$b$  = koefisien regresi

$x_1$  = *Tangibles*

$x_2$  = *Reliability*



$x_3 = \text{Responsive}$

$x_4 = \text{Assurance}$

$x_5 = \text{Emphaty}$

$e = \text{error}$

Analisa regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (terikat) atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat.

### **3.7.2 Analisis Data Kualitatif**

Analisis data kualitatif adalah analisis data yang menggunakan data tidak berbentuk angka-angka yang biasanya data verbal yang diperoleh dari pengamatan dan wawancara (Arikunto, 2002 :27). Dari hasil analisis data kuantitatif diperoleh hasil yang selanjutnya dianalisis dengan menggunakan data kualitatif. Dalam penelitian ini analisis kualitatif tersebut adalah hasil pernyataan responden dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, kemudian jawaban dengan skor terbanyak yang disimpulkan.