

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada skripsi ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan dengan melakukan penggambaran atau pemaparan tentang variabel-variabel yang diteliti yang selanjutnya mencoba untuk menarik kesimpulan.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:61). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung/pengguna jasa sewa lapangan Dome Futsal di Bandar Lampung

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi Sugiyono (2008:62). Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu sampel

yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan rancangan penelitian. Teknik ini merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang dipertimbangkan memiliki hubungan yang sangat erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Teknik ini dipilih oleh peneliti karena peneliti juga memiliki keterbatasan dana dan waktu. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Dome Futsal yang dalam hal ini adalah orang-orang yang pernah menyewa/menggunakan jasa Dome Futsal.

Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah berdasarkan jumlah parameter yang diestimasi dikalikan lima (Hair *et al*, 2006). Jumlah parameter yang digunakan dalam penelitian ini adalah 21 indikator, sehingga jumlah minimal sampel yang direkomendasikan adalah:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= 21 \text{ Indikator} \times 5 \\ &= 105 \text{ sampel.} \end{aligned}$$

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis metode penelitian yaitu:

3.3.1 Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan dokumen tertulis (hasil penelitian, laporan tertulis, buku literatur, majalah, jurnal, dan sebagainya) sebagai sumber data penelitian dengan cara melakukan pengelompokan atau klasifikasi data yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3.3.2 Observasi

Teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada Pengunjung/penyewa lapangan Dome Futsal Bandar Lampung.

3.3.3. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan berkaitan dengan kualitas layanan Pengunjung/penyewa lapangan Dome Futsal di Bandar Lampung .

3.3.4 Kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan kuisisioner kepada responden yang telah di tentukan. Kuisisioner ini menggunakan dengan skala Likert (Sugiyono, 2008:13).

3.4 Operasional Variabel

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1 Variabel Penelitian

| No | Variabel Penelitian | Sub Variabel |
|----|------------------------|--|
| 1 | Kualitas Layanan (X) | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Reability (X1)</i> 2. <i>Responsiveness (X2)</i> 3. <i>Assurance (X3)</i> 4. <i>Empathy (X4)</i> 5. <i>Tangibles (X5)</i> |
| 2 | Kepuasan Pelanggan (Y) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kesetiaan 2. intensitas Pembelian 3. Tingkat komentar yang baik 4. Tingkat perhatian lebih 5. Sentifitas Harga |

Definisi Operasional variabel penelitian ini adalah:

Tabel 3.2 Operasional Variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan

| Variabel | Pengertian | Indikator | Skala |
|----------------------------|---|--|--------------|
| <i>Reliability</i> (X1) | Adalah kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan terpercaya dan akurat, konsisten dan kesesuaian pelayanan. (Zeithaml dan Bitner, 2006). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat Kesesuaian 2. Tingkat Konsistensi 3. Tingkat Kepercayaan | Likert |
| <i>Responsiveness</i> (X2) | Adalah keinginan untuk membantu pelanggan memberikan pelayanan yang tepat. (Zeithaml dan Bitner, 2006). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat perhatian dan ketepatan 2. Tingkat Komunikasi 3. Tingkat fleksibilitas Pelayanan | Likert |
| <i>Assurance</i> (X3) | Adalah berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. (Zeithaml dan Bitner, 2006). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kemampuan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan 2. Tingkat pengetahuan 3. Tingkat perasaan hormat 4. Tingkat konsistensi | Likert |
| Empathy (X4) | Adalah kepedulian, perhatian individu yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya (Zeithaml dan Bitner, 2006). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kepedulian, perhatian terhadap pelanggan 2. Tingkat pelayanan personal 3. Tingkat Hubungan pelanggan. | Likert |
| <i>Tangibles</i> (X5) | Adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan/ perlengkapan, dan berbagai materi untuk berkomunikasi. (Zeithaml dan Bitner, 2006). | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat penampilan fasilitas fisik 2. Tingkat kesan dari pelayanan 3. Tingkat Konsistensi penampilan fisik. | Likert |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | Adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Kotler (2008:177) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat Kesetiaan 2. Tingkat intensitas Pembelian 3. Tingkat komentar yang baik 4. Tingkat perhatian lebih 5. Tingkat sensitifitas harga. | Likert |

3.5 Skala Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan skala Likert yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008:104). Untuk keperluan analisis kuantitatif penelitian maka kepada responden diberi alternatif jawaban dengan menggunakan skala 1 sampai 5 yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.3 Instrument Skala Likert

| Pertanyaan | Skala |
|---------------------|-------|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Netral | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

3.6 Validitas dan Reliabilitas

3.6.1. Validitas

Uji Validitas ini ditujukan kepada 30 orang responden awal sebelum kuesioner yang sebenarnya dibagikan kepada sampel penelitian. Uji validitas dipergunakan untuk mengetahui tingkat kesesuaian dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Suatu instrumen yang valid dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur, dengan kata lain apakah skor yang diperoleh benar-benar menyatakan hasil pengukuran variabel yang diukur.

Cara yang dilakukan dalam uji validitas adalah dengan analisa item pertanyaan dalam kuesioner penelitian, dimana setiap nilai total seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan rumus Korelasi *Product Moment* (Sugiono, 2008:93) sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum(X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

Dimana r_{xy} = Koefisien korelasi *Pruduct Moment* antara item dan total

n = Jumlah subyek yang akan diteliti

X_i = Skor tiap item

Y_i = Total nilai untuk setiap variabel

Selanjutnya menurut Sugiono (2008:251) menyatakan bahwa untuk syarat minimum agar dianggap memenuhi syarat *valid* adalah kalau $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,361). Jadi apabila korelasi antara butir-butir dengan skor total lebih besar dari r_{table} maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan valid.

3.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas instrumen adalah kejituan atau ketepatan instrumen pengukur. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan ketepatan pengukuran, apabila pengukuran dilakukan pada objek yang sama berulang kali dengan instrumen yang sama. Untuk menilai reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini, digunakan rumus *Alpha Cronbach* yang di hitung dengan bantuan SPSS 20.0, sebuah instrumen dikatakan memiliki reabilitas yang tinggi jika nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* >0,6 dan *Cronbach's Alpha If Item Deleted* < *Cronbach's Coefficient Alpha*, (Gozali, 2009:133).

3.7 Metode Analisis Data

Untuk pengolahan data dalam bentuk tabulasi hasil jawaban responden kemudian dilakukan analisis data melalui metode analisis secara kualitatif dan analisa kuantitatif sebagai berikut :

3.7.1. Analisis Kuantitatif

Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan terhadap loyalitas pelanggan, maka analisis yang digunakan menggunakan rumus statistik Regresi Linear Berganda, yaitu :

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan pelanggan

X1 = *Reability*

X2 = *Responsiveness*

X3 = *Assurance*

X4 = *Empathy*

X5 = *Tangibles*

a = Konstanta

β = Koefesien Regresi

3.8 Pengujian Hipotesis

Suatu perhitungan statistik disebut 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. Dalam analisis regresi ada 3 jenis kriteria ketepatan yang harus dilakukan yaitu :

3.8.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji - t)

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

$$H_0: b_1 = b_2 = 0$$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) yaitu, berupa variabel *Reability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles* terhadap Kepuasan pelanggan (Y).

$$H_0 : b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 \neq 0$$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) yaitu, berupa variabel *Reability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles* terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Kriteria pengambilan keputusan:

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

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

3.8.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji - F)

Uji - F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) yaitu, berupa variabel *Reability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles* terhadap Kepuasan pelanggan (Y).

$$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$$

Artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) yaitu, berupa variabel *Reability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles* terhadap Kepuasan pelanggan (Y).

Kriteria pengambilan keputusan :

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a , ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar konstruksi variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y)