

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:13) tempat penelitian adalah :“Sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid ,dan *reliable* tentang sesuatu hal (variabel tertentu)”. Perusahaan yang menjadi objek penelitian ini adalah Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang dengan alamat Jl. Siliwangi No. 6 Pondok Benda, Pamulang, Tangerang Selatan.

2. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian ini dilaksanakan selama 6 (enam) bulan yang dimulai dari bulan Mei 2017 sampai November 2017. Adapun penelitian dilakukan secara bertahap disesuaikan dengan tingkat kebutuhan penulis, diawali dengan persiapan pendahuluan berupa penyusunan usulan penelitian, sidang usulan penelitian, perbaikan usulan penelitian, penyusunan dan penyebaran kuesioner, analisis dan pengolahan data, penulisan laporan skripsi, bimbingan skripsi, perbaikan skripsi.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu penulis ingin memberikan gambaran yang jelas tentang kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang ada dalam

perusahaan kemudian membandingkannya dengan teori yang diperoleh berdasarkan literatur-literatur yang ada.

Analisa Kuantitatif adalah teknik pengolahan dimana data yang berbentuk angka-angka dianalisis dengan cara melakukan perhitungan dan pengaplikasiannya dalam berbagai ruang yang sesuai.

Untuk mencari analisis mengenai kepuasan pelanggan, penulis membuat kuisioner dan dibagikan kepada pelanggan Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian merupakan sekumpulan objek yang ditentukan melalui suatu kriteria tertentu yang akan dikategorikan ke dalam objek tersebut bisa termasuk orang, dokumen atau catatan yang dipandang sebagai objek penelitian. Menurut Sugiyono (2014:119) mendefinisikan “Populasi adalah jumlah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Sedangkan menurut Sarwono (2012:18), “Populasi merupakan kesatuan yang mempunyai karakteristik yang sama dimana sampel akan kita tarik”. Menurut Arikunto (2010:173), “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Menurut Umar, (2008:137), “Populasi adalah kumpulan elemen yang mempunyai

karakteristik yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel”.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga obyek dan berbeda-beda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Adapun populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang yang berjumlah 19.563 pelanggan yang melakukan service tercatat sampai bulan Desember 2016.

2. Sampel

Sampel adalah bagian terkecil dari suatu populasi yang akan diteliti. Sampel tersebut sebagai perwakilan, harus mempunyai sifat-sifat atau ciri-ciri yang terdapat pada populasi. Teknik pengambilan data ini dilakukan dengan cara pengambilan objek dari sampel yang dinamakan sampling atau responden.

Menurut Sugiyono (2014:120) yaitu “Sampel adalah jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sedangkan menurut Arikunto (2010:131), berpendapat bahwa “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”.

3. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2014:121), bahwa “Teknik *sampling* merupakan tehnik pengambilan sampel untuk digunakan dalam penelitian”. Sedangkan menurut Arikunto, (2010:111), menambahkan bahwa “Teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya”.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah tehnik *Proporsional random sampling* yakni pemilihan sampel dilakukan secara acak sederhana secara proporsional dengan cara dihitung proporsionalnya. Alasan peneliti menggunakan tehnik tersebut pelanggan tersebar diberbagai wilayah dengan karakteristik yang berbeda sehingga peneliti menganggap perlu melakukan penyebaran kuesioner secara proporsional yang dianggap cukup mewakili kebutuhan penelitian ini.

Untuk mendapatkan sampel yang representatif maka penulis mengambil beberapa sampel yang memiliki peluang yang sama dengan menggunakan rumus Slovin (Syofian Siregar, 2010:149), dengan rumus :

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

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Jumlah Populasi (sebesar 19.563 planggan)

e : Kesalahan dalam mengambil sampel yang ditetapkan sebesar 10%

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah tehnik *Proporsional random sampling* yakni pemilihan sampel dilakukan secara acak sederhana secara proporsional dengan cara diundi/dihitung proporsionalnya. Didalam penelitian ini sampel yang diambil secara acak, dan sesuai dengan rumus ukuran sampel diatas, adalah :

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

$$n = \frac{19.563}{19.563 \times (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{19.563}{19.563 \times (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{19.563}{196,63}$$

$$n = 99,49 \rightarrow \text{(dibulatkan menjadi 100 responden pelanggan).}$$

C. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan upaya yang dilakukan untuk mendapatkan berbagai informasi dalam penelitian yang nantinya digunakan dalam pengukuran variabel. Menurut Sugiyono (2014:308) “Metode pengumpulan data adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat dibuktikan, dikembangkan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2014:308) menjelaskan “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pelanggan perusahaan. Dalam penelitian ini data yang dipakai adalah pelanggan yang dalam 2 tahun terakhir masih menjadi pelanggan Perusahaan.

a. Observasi

Menurut Sugiyono (2014:141) “Observasi adalah proses yang tersusun dari berbagai proses sehingga diperoleh data berdasarkan fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi”. Dalam hal ini penulis melaksanakan pengamatan langsung terhadap PT. ABC dimana pengamatan terbatas pada pokok permasalahan sehingga perhatian lebih fokus kepada data (*riil*) dan relevan.

b. Angket / Kuesioner

Angket merupakan sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada responden secara tertulis. Daftar pertanyaan ditujukan pada responden terutama yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dan dijawab dengan jawaban yang tersedia oleh responden. Menurut Sugiyono (2014:142) “Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden”. Dalam penelitian ini kuesioner yang dibuat berupa pertanyaan-pertanyaan

dengan jawaban mengacu pada skala likert : Sangat Tidak Setuju (Bobot 1), Tidak Setuju (Bobot 2), Kurang Setuju (Bobot 3), Setuju (Bobot 4), Sangat Setuju (Bobot 5).

d. Dokumentasi

Metode dokumentasi menurut Sugiyono (2014:138) yaitu “Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu”. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.. Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang jumlah pelanggan dan jenis asuransi yang ditanggung pihak PT. ABC.

e. Studi Kepustakaan

Merupakan elemen yang sangat penting dalam penelitian studi deskriptif karena tanpa adanya literature pendukung, maka penelitian akan mengalami kesulitan dan hambatan untuk memperoleh data, baik data yang bersifat teoritis maupun praktis.

Menurut Sugiyono (2014:140) “Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah”. Dalam penelitian ini studi kepustakaan dilakukan dengan mencari landasan teoritis yang berhubungan dengan judul penelitian dan buku serta media asuransi, jurnal yang relevan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yang diperoleh dan dicatat pihak lain. Menurut Sugiyono (2014:308) “Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung yang memberikan data kepada pengumpul data, misalnya orang lain atau dokumen”. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain mencakup data historis jenis produk, harga, jumlah perusahaan pelanggan, sejarah perusahaan, dan hal lain yang menunjang materi penulisan.

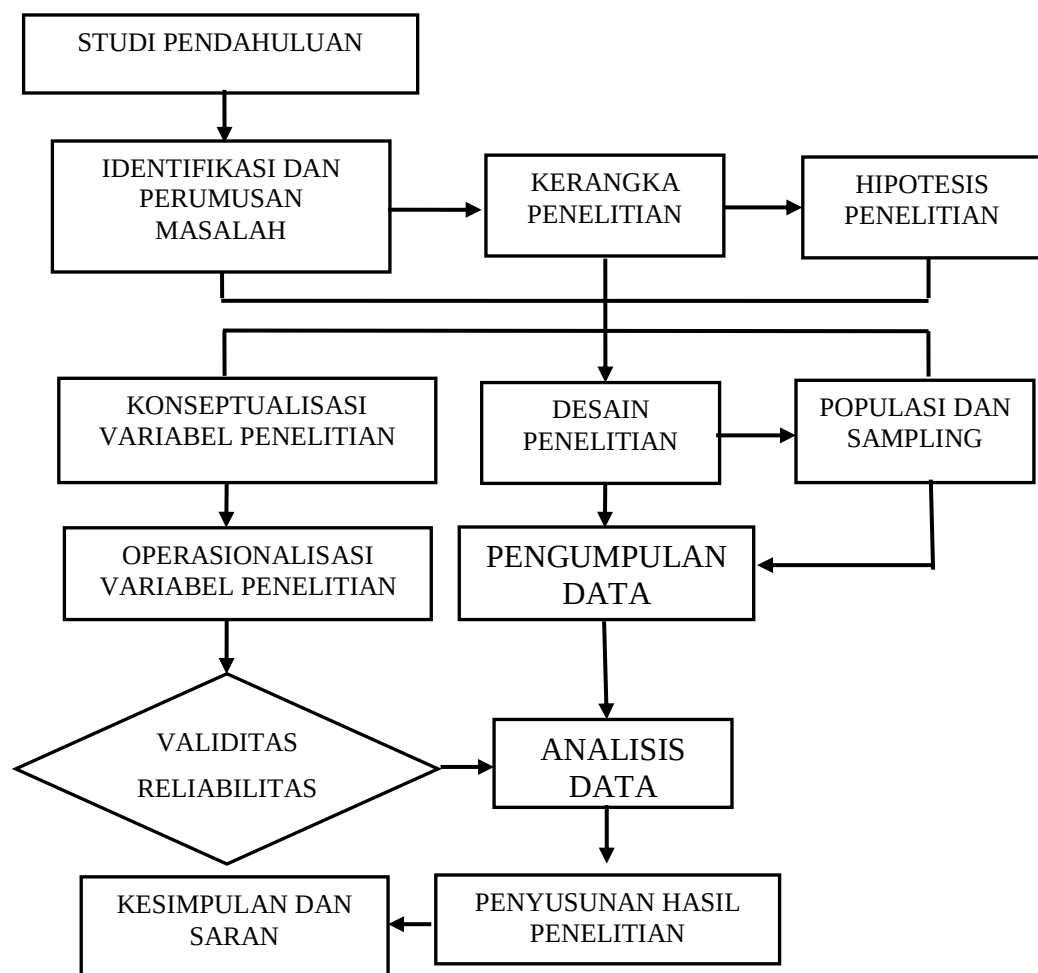
D. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah kerangka kerja yang digunakan untuk melaksanakan penelitian. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Menurut Sugiyono (2014:13) mengemukakan “Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Merujuk pada pendapat di atas, penelitian ini adalah suatu proses yang dimulai dengan observasi berupa pengalaman pendahuluan terhadap fenomena dalam kinerja Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang dalam bentuk penghimpunan data awal. Selanjutnya pengkajian teori dan

formulasi kerangka teori, pengajuan hipotesis, analisis dan diakhiri dengan kesimpulan.

Berdasarkan pendekatan penelitian yang digunakan, maka desain penelitian sebagai model konstelasi penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1
Desain Penelitian

Sumber: Sugiyono (2014)

E. Metode Analisis Data.

Menurut Sugiyono (2012:147) berpendapat “Dalam penelitian kuantitatif analisa data merupakan kegiatan pengumpulan data dari sumber-sumber yang diperoleh”. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenisnya, mentabulasi berdasarkan variabel, menyajikan data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dalam penelitian ini, untuk pembobotan data, peneliti menggunakan skala pengukuran. Menurut pendapat Sugiyono (2010:133) mengemukakan bahwa ”Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga bila digunakan akan menghasilkan data kuantitatif”.

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Linkert*. Dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Nilai variabel dengan instrument tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *linkert* mempunyai gradasi diantaranya dapat berupa kata-kata berikut ini:

Tabel 3.1
Skala Likert

Jawaban	Bobot Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, (2011:25)

Untuk menentukan rentang skala dari setiap variabel yang diukur dapat ditetapkan interval untuk memberikan interpretasi, yaitu:

Tabel 3.2
Kriteria Rentang Skala

Skala Skor	Rentang Skala	Jawaban
1	1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju
2	1,80 – 2,59	Tidak Setuju
3	2,60 – 3,39	Kurang Setuju
4	3,40 – 4,19	Setuju
5	4,20 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber : Sugiyono, 2004:88-89

F. Rancangan Pengujian Instrumen Penelitian dan Data Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:147) berpendapat “Dalam penelitian kuantitatif analisa data merupakan kegiatan pengumpulan data dari sumber-sumber yang diperoleh”. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenisnya, mentabulasi berdasarkan variabel, menyajikan data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Menurut Sugiyono (2014:206) berpendapat “Metode diskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi”. Metode Diskriptif data yang digunakan dengan mengadakan pengumpulan data dan analisa sehingga diperoleh deskripsi, gambar yang jelas mengenai fakta, sifat serta pengaruh fenomena yang diteliti. Metode

Kuantitatif digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dalam suatu penelitian, data mempunyai kedudukan yang sangat penting. Hal ini dikarenakan data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Valid atau tidaknya data sangat menentukan kualitas dari data tersebut. Hal ini tergantung instrumen yang digunakan apakah sudah memenuhi asas validitas dan reliabilitas. Adapun dalam pengujian instrument ini digunakan 2 (dua) pengujian yaitu :

1. Uji Validitas Data

Valid adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Instrumen penelitian diuji coba dengan tujuan untuk mengetahui apakah instrumen telah memenuhi persyaratan dilihat dari segi kesahihan/validitas maupun dari segi keterandalan/reliabilitasnya. Menurut Sugiyono (2014:361) bahwa "Valid berarti terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya".

Keampuhan instrumen di dalam penelitian mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpul data.

1) Rumus yang digunakan

Untuk menguji validitas setiap instrument, rumus yang digunakan adalah koefisien korelasi *product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\left(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n} \right) \left(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n} \right)}}$$

Sumber : Sugiyono (2011: 356)

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antar X dan Y

n = jumlah responden

x = skor item kuesioner

y = total skor item kuesioner

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat seluruh skor X

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat seluruh skor Y

Dalam penelitian ini, untuk mengolah dan menganalisis uji validitas peneliti menggunakan korelasi *Product Moment* yaitu dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total sehingga diperoleh nilai r_{hitung} kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} . Untuk menghitung tingkat validitasnya dilakukan dengan menggunakan *software* alat bantu program *Statistical Package for Social Science (SPSS) for window versi 22*, sehingga dapat diketahui nilai dari kuesioner pada setiap variabel bebas.

2) Kriteria / Syarat Ketentuan

Keputusan suatu instrument dikatakan valid dan tidaknya menurut Sugiyono (2004:173-174) yaitu dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan ketentuan :

- (a) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrument valid,
- (b) Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban tertentu. Menurut Sugiyono (2014:168) berpendapat "Instrumen yang reliabel jika digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2012:221) reliabilitas adalah "Sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik".

Berdasarkan definisi diatas, maka reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Suatu alat disebut reliabel apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek sama sekali diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah.

1) Rumus yang digunakan

Pada penelitian ini reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus alpha atau cronbach's alpha (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala rating 1 sampai dengan 5. Menurut Suharsimi Arikunto (2012:223) cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber : Suharsimi Arikunto (2012:223)

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah variansi butir pertanyaan

σ_1^2 = variansi total

Jumlah varians skor setiap item dan varians total, dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

Sumber : Suharsimi Arikunto (2012:227)

Sedangkan variansi total, dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum Y_i^2 - \frac{(\sum Y_i)^2}{n}}{n}$$

Sumber : Suharsimi Arikunto (2012:227)

Keterangan:

σ_i^2 = variansi tiap item

σ_t^2 = variansi tiap item

X_{11} = Jawaban responden untuk setiap butir soal

$\sum Y_t$ = Total jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

n = Jumlah responden

2) Kriteria

Apabila suatu alat ukur memberikan hasil yang stabil, maka disebut alat ukur itu handal. Hasil ukur itu diterjemahkan dengan koefisien keandalan yaitu derajat kemampuan alat ukur mengukur perbedaan-perbedaan individu yang ada. Keandalan itu perlu, sebab data yang tidak andal atau bias tidak dapat diolah lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias. Pengukuran dilakukan sekali dan reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α).

Menurut Arief (2009:317) untuk menentukan reliabel tidaknya instrumen dilakukan dengan cara membandingkan nilai r_{Alpha} (*Cronbach Alpha*) dengan r_{tabel} yang sudah di ketahui pada uji validitas yaitu :

- (a) Jika r_{Alpha} positif dan lebih besar dari r_{tabel} maka instrumen tersebut handal (*reliable*).
- (b) Jika r_{Alpha} negatif atau r_{Alpha} kurang dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut tidak handal (*not reliable*).

3. Uji Korelasi *Product Moment* (Korelasi Pearson)

Menurut Sugiyono (2009:248) untuk menguji hipotesis asosiasif (hubungan) digunakan teknik korelasi, salah satunya menggunakan korelasi product moment.

Untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel kualitas layanan prima dan kepuasan pelanggan, dapat diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber: Sugiyono (2009)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

X = Jumlah butir pertanyaan X (kepuasan pelayanan)

Y = Jumlah pertanyaan Y (kepuasan nasabah)

X^2 = Jumlah kuadrat item pertanyaan X

Y^2 = Jumlah kuadrat item pertanyaan Y

n = Jumlah sample

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai $r_{xy} > 0$

Hubungan antara X dan Y merupakan hubungan yang positif, yaitu makin besar nilai variabel X (bebas), maka makin besar pula nilai variabel Y (terikat), atau sebaliknya semakin kecil nilai variabel X (bebas), maka makin kecil pula nilai variabel Y (terikat).

b. Apabila nilai $r_{xy} < 0$

Hubungan antara X dan Y merupakan hubungan yang negatif, yaitu makin kecil nilai variabel X (bebas), maka makin besar nilai variabel Y (terikat), atau sebaliknya semakin besar nilai variabel X (bebas), maka makin kecil nilai variabel Y (terikat).

c. Apabila nilai $r_{xy} = 0$

Hubungan antara X (bebas) dan Y (terikat) tidak memiliki hubungan sama sekali. Variabel X (bebas) tidak memberikan kontribusi pada peningkatan variabel Y (terikat).

d. Apabila nilai $r_{xy} = 1$ atau $r_{xy} = -1$

Artinya telah terjadi hubungan yang sempurna antara variabel X (bebas) dengan variabel Y (terikat). Untuk $r_{xy} = 1$, berarti terdapat hubungan positif yang sempurna antara variabel X (bebas) dengan variabel Y (terikat). Sebaliknya apabila $r_{xy} = -1$, berarti terdapat hubungan negatif yang sempurna antara variabel X (bebas) dengan variabel Y (terikat).

Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar koefisien korelasi, semakin kuat hubungan antara X dan Y. Sebaliknya jika semakin kecil nilai koefisien korelasi, semakin lemah hubungan antara X dan Y.

Tabel 3.3
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Internal Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2009)

Setelah diperoleh koefisien korelasi, maka selanjutnya dapat dihitung berapa besarnya pengaruh variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan)

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Hasan (2010;63), “regresi linier sederhana adalah regresi dimana variabel yang terlihat didalamnya hanya dua, yaitu satu variabel terkait Y dan satu variabel bebas X serta berpangkat satu.”

Regresi sederhana merupakan hubungan antara Kualitas Pelayanan (variabel X) dengan Kepuasan Pelanggan (variabel Y). Secara umum regresi sederhana dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

Rumus : $Y = a + bX$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

X = Kualitas Pelayanan

a = Bilangan konstan, merupakan nilai y kalau $x = 0$

b = Besarnya pengaruh x terhadap y atau koefisien arah (koefisien persegi)

Nilai a dan b diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Nilai } a = \frac{\sum Y \cdot \sum X^2 - \sum X \cdot \sum XY}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$\text{Nilai } b = n \cdot \frac{(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Sumber: Hasan (2010)

Keterangan:

X = Variabel independen

Y = Variabel Dependen

a = Konstanta/nilai Y jika X = 0

b = Koefisien arah/niali pertambahan/pengurangan variabel y

n = Banyaknya sampel data

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Andi Supangat (2008:350) “Koefisien determinasi merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persen” Berdasarkan dari pengertian ini maka koefisien determinasi merupakan bagian dari keragaman total dari variabel terikat yang dapat diperhitungkan oleh keragaman variabel bebas dihitung dengan koefisien determinasi dengan asumsi dasar faktor-faktor lain di luar variabel dianggap konstan.

1) Rumus yang digunakan

Menurut Sugiyono (2008:350) untuk mengetahui besarnya kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat, dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat dihitung suatu koefisien yang disebut koefisien penentuan, yang dirumuskan sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Sumber: Sugiyono (2008:350)

Keterangan :

KD : Koefisien Determinasi

r : Koefisien Korelasi antara X_1 , X_2 , X_3 , dan Y (yang di kuadratkan)

100% : Pengalian yang di prosentasikan

2) Ketentuan

Besarnya nilai koefisien determinasi (K_d) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu) dimana interpretasinya adalah :

a) Jika determinasi bernilai 0 = berarti tidak ada hubungan antara variabel X_1 , X_2 dan X_3 (bebas) dengan variabel Y (terikat).

b) Jika determinasi bernilai 1 = berarti ada kecocokan yang sempurna dari ketepatan perkiraan model.

Besar kecilnya nilai koefisien determinasi ini menunjukkan besar kecilnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.

6. Uji Hipotesis (Uji t)

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terkait, maka digunakan pengujian yaitu uji t. Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terkait dan juga penerimaan atau penolakan hipotesis, maka cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2010:184):

$$t = \frac{r_1 \sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r_1^2)}}$$

Sumber : Sugiyono (2012:184)

Keterangan :

t = Probabilitas

r = Koefisien korelasi parsial

n = Jumlah sampel

Kaidah, pengujian:

Jika t hitung $\geq$ dari t tabel, maka signifikan.

Jika t hitung $\leq$ dari t tabel, maka tidak signifikan.

Dengan rumusan hipotesisnya adalah:

H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang.

H_a: Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang.

G. Operasional Variabel Penelitian

Pengertian definisi operasional variabel menurut Sugiyono (2014:63) adalah sebagai berikut: “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi yang tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Operasionalisasi variabel diperlukan dalam menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam suatu penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar.

Dalam penelitian yang dilakukan penulis terdiri dari variabel independen, variabel dependen dan variabel moderator. Adapun penjelasan dari masing-masing variabel itu adalah sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Variabel Independent*)

Variabel independen adalah suatu variabel yang keandaannya tidak dipengaruhi variabel lain, variabel ini merupakan faktor penyebab yang akan variabel lain. Dalam hubungannya dengan masalah yang diteliti, kualitas pelayanan bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang diidentifikasi sebagai variabel bebas. Adapun variabel X sebagai berikut:

a) Bukti Fisik (*Tangible*)

Kelengkapan fasilitas seperti ruang tunggu untuk pelanggan yang melakukan service.

b) Keandalan (*Reliability*)

Kecepatan dan ketepatan dalam proses penanganan service dan perawatan mobil.

c) Daya Tanggap (*Responsivness*)

Kecepatan mekanik dalam menangani keluhan perawatan mobil.

d) Jaminan (*Assurance*)

Mendapatkan garansi service setelah 500 KM atau 5 hari ssetelah service.

e) Empati (*Empathy*)

Perhatian Khusus dari Service Advistor terhadap pelanggan yang melakukan service.

2. Variabel Terkait (*Variabel Dependent*)

Dalam penelitian ini yang dijadikan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan yang diartikan sebagai perasaan puas oleh pelanggan sebagai akibat dari terpenuhinya harapan dan keinginan dari pelanggan atas produk yang dibelinya serta dapat memiliki manfaat yang tepat. Adapun indikator yang dipakai adalah : memenuhi harapan, memenuhi kebutuhan, kesetiaan pada produk, merekomendasikan dan memberikan gagasan atau ide. Adapun variabel Y sebagai berikut:

a) Memenuhi Harapan

Pelayanan yang di lakukan pada Bengkel Suzuki Dwiperkas Mobiltama Pamulang dapatb memenuhi keinginan pelanggan .

b) Memenuhi Kebutuhan

Menyediakan spare partt dan material yang dibutuhkan untuk penanganan perawatan mobil.

c) Setia Pada Produk Perusahaan

Sikap loyal pelanggan yang tidak mau beralih ke produk pesaing.

d) Merekomendasikan Kepada Orang Lain

Pelanggan menceritakan pengalamannya menyenangkannya melakukan service di Bengkel Suzuki Dwiperkasa Mobiltama Pamulang dan akan merekomendasikannya kepada orang lain.

e) Menawarkan gagasan atau ide

Pelanggan memberikan masukan agar bengkel melakukan inovasi untuk perkembangan pelayanan *service*.

Adapun secara rinci operasional variabel dalam penelitian ini dibuat tabel variabel, indikator, sub indikator dan nomor pertanyaan yang dipakai, seperti terlihat bawah ini :

Tabel 3.4
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Sub Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X) <i>Sumber: Fandy Tjiptono (2012:236)</i>	Penyampaian produk maupun jasa sesuai ukuran yang berlaku dan mampu memenuhi harapan dan keinginan konsumen	Tangible	1. Karyawan Menggunakan Atribut Safety	Liket
			2. Peralatan penunjang lengkap	
			3. Area pabrik dan kantor bersih	
		Reliability	4. Pelayanan petugas selalu baik	
			5. Tidak mengelabui pelanggan	
			6. Ketepatan informasi	
		Responsiveness	7. Ketanggapan pelayanan	
			8. Kecepatan merespon complain	
		Assurance	9. Pelayanan tepat waktu	
			10. Jaminan produk sesuai ukuran	
		Empathy	11. Petugas mudah mengerti	
			12. Memberikan perhatian	
Kepuasan Pelanggan (Y) <i>Sumber: Kotler dan Keller (2012:138)</i> ,	Kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan setelah membandingkan kinerja suatu produk yang dirasakan dengan harapan mereka”	1. Memenuhi harapan	1. Dapat memenuhi keinginan	Liket
			2. Memberikan rasa nyaman	
			3. Memprioritaskan permintaan	
		2. Memenuhi kebutuhan	4. Dapat memenuhi kebutuhan	
			5. Ketepatan pengadaan barang	
			6. Ketepatan rencana produksi	
		3. Setia pada produk Perusahaan	7. Tidak berniat membeli yang lain	
			8. Susah tergantikan	
		4. Merekomendasikan ke orang lain	9. Merekomendasikan pembelian <i>sparepart</i>	
			10. Merekomendasikan ke orang lain untuk service	
		5. Menawarkan gagasan atau ide	11. Memberikan masukan	
			12. Mendorong inovasi produk	

Sumber: Sub indikator kuesioner dikembangkan oleh peneliti, 2017