

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Enje Mart Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo.

3.2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Rancangan penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan yang diberikan perusahaan. Sedangkan metode penelitian yang dilakukan adalah metode angket.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian (Arikunto, 2006: 130). Dengan menetapkan populasi, ini dimaksud sesuai dengan kasusnya dan tidak berlebihan dengan populasi yang diacu. Populasi dalam penelitian ini pada santri Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo yang berjenis kelamin pria karena toko pembelian dibedakan antara pria dan wanita. Jumlah santri putra Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo sebanyak 1500.

3.3.2 Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (2006: 134) jika jumlah populasi obyek penelitian kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian sampel, tetapi jika lebih dari 100, maka dapat diambil 10% sampai dengan 15% dari populasi yang ada atau tergantung pada kemampuan peneliti dilihat dari segi waktu, tenaga dan dana, sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1500 santri pria, sehingga sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 santri pria (10% dari populasi)

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*, yaitu pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Cara ini dilakukan karena anggota populasi dianggap homogen dan sudah diketahui.

3.5. Data dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Menurut Umar (1999: 43):

1. Data Primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian

kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sumber pertama disini adalah santri Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo.

2. Data Sekunder data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan, baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Data sekunder ini berupa data dari pengurus Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini ialah dilakukan dengan cara:

1. Metode wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada responden.
2. Metode questioner, yaitu teknik pengambilan data dengan cara mengajukan pertanyaan yang telah disusun oleh si peneliti kepada responden.
3. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memanfaatkan dokumen-dokumen yang sebelumnya telah ada, baik berupa buku, leaflet, photo, dan lain-lain

3.7. Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Bebas (*Independen Variable*)

Definisi operasional variabel bebas (*independen variable*) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bukti langsung (X1) yaitu penampilan luar dari *service quality* yang dapat berupa fasilitas fisik, peralatan, personalia dan komunikasi.

1. Keandalan (X2) yaitu kemampuan untuk menunjukkan atau melaksanakan *service* yang dijanjikan secara tepat dan dapat dipercaya.

Pelayanan harus tepat waktu dalam spesifikasi yang sama.

2. Daya tanggap (X3) yaitu kerelaan untuk membantu pembelian dan memberikan *service* yang tepat. Pembelian yang terlalu menunggu lama akan memberikan respon yang negatif terhadap *service quality* perusahaan.

3. Jaminan (X4) yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan kepada pembelian sehingga pelanggan merasa nyaman

4. Empati (X5) yaitu perhatian atau pemahaman secara pribadi kepada pembelian

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pembelian, yang merupakan hasil kesesuaian antara kenyataan layanan yang mereka terima selama melakukan transaksi pembelian.

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Kualitas Pelayanan (X)	Bukti langsung (X1)	Meliputi lokasi fisik, Perlengkapan karyawan dan Sarana komunikasi.	1. Lokasi Enje Mart Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo 2. Kenyamanan ruangan 3. Kelengkapan ruangan Enje Mart Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo
	Kehandalan (X2)	Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.	1. Kemampuan dalam menginformasikan mengenai fasilitas Enje Mart Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo 2. Kecepatan dalam mengatasi masalah yang

Kualitas Pelayanan (X)			dihadapi oleh konsumen 3. Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan
	Daya Tanggap (X3)	Keinginan para karyawan Enje Mart Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo untuk membantu para pembelian dengan tanggap	1. Kemudahan dalam menerima aduan yang dikeluhkan oleh konsumen 2. Pelayanan yang cepat dan akurat 3. Kemampuan dalam memberikan pelayanan

	Jaminan (X4)	Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan, bebas dari bahaya resiko dan keragu-raguan	1. Kesesuaian pesanan pembelian dengan apa yang diberikan oleh karyawan 2. Kehalalan produk
	Empati (X5)	Kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi dengan baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pembelian	1. Pelayanan yang ramah dan selalu siap menolong konsumen dalam pembelian produk 2. Pemberian informasi terhadap produk yang baru 3. Pengenalan nama pembelian
Tingkat Kepuasan (Y)	Kepuasan pembelian	Kepuasan perasaan senang atau kesan seseorang yang berasal dari perbandingan kinerja (hasil) suatu	1. Kualitas produk yang ditawarkan oleh Enje Mart Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo

		produk dengan harapan-harapannya.	2. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Enje Mart Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo 3. Emosional, pembelian akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang akan kagum terhadap produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi kepuasan yang diperoleh. 4. Harga produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pembelian 5. biaya pembelian tidak perlu mengeluarkan
--	--	--	--

			biaya tambahan untuk berbelanja di Enje Mart Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo
--	--	--	--

Sumber: diolah sesuai dengan teori Tjiptono 2000



3.8 Uji Validitas dan Realibilitas

3.8.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Menurut Arikunto (2002:146) Validitas diuji dengan cara menghitung korelasi antar skor masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan rumus *Korelasi Product Moment*. Valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *Product Moment Pearson* dengan 0.3. Jika nilai r nya lebih besar dari 0.3, maka instrumen dikatakan valid, jika lebih kecil dari 0,3, maka instrumen tidak valid. Rumus untuk menghitung *Korelasi Product Moment* adalah sebagai berikut.

$$\Gamma_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2 \times n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

n = Banyaknya responden

x = Variabel pertama

y = Variabel kedua

xy = Skor hasil kali variabel pertama dan kedua

3.8.2 Reliabilitas

Sementara reliabilitas digunakan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data dan kesimpulan yang sama. Uji reliabilitas berhubungan dengan konsistensi, akurasi atau ketepatan prediksi dari hasil penelitian. Sugiyono (2006: 109) berpendapat bahwa hasil penelitian dikatakan reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach's* berikut (Arikunto, 2002:196).

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

Keterangan :

R11 = reliabilitas instrumen

K = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_b^2 = jumlah varians butir

σ_1^2 = varian total

Suatu instrumen dikatakan *reliable* (handal) bila memiliki koefisien kehandalan atau alpha sebesar 0,60 atau lebih.

3.9. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi berganda, untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat digunakan rumus multi regresi yang dihitung dengan rumus (Freddy, 1999 ; 153):

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + b_5 + e$$

Keterangan : Y = Keputusan pembelian

a = bilangan konstan

b = koefisien regresi

x_1 = variabel bukti langsung

x_2 = variabel kehandala

x_3 = variabel daya tanggap

x_4 = variabel jaminan

x_5 = variabel empati

E = standart Error

3.10 Uji Parsial (t-test)

Uji koefisien regresi (uji t) mengasumsikan bahwa pada saat dilakukan pengujian suatu variabel bebas, tidak terjadi perubahan pada variabel bebas lainnya. Di dalam uji t digunakan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel bebas ke-i berpengaruh terhadap variabel terikat.

$H_a : \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas ke-i tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

Dimana H_0 menunjukkan hipotesis nol, sedangkan H_a menunjukkan hipotesis alternatif; β_i menunjukkan koefisien variabel bebas ke-i. Di dalam hipotesis nol, besarnya koefisien regresi dinyatakan nol yang berarti tidak ada hubungan pengaruh yang signifikan antara variabel bebas ke-i dengan variabel terikatnya. Bilangan t atau disebut t-hitung dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{\beta_i}{Se_{\beta_i}}$$

Dimana: β_i = koefisien regresi variabel bebas ke-i

Se_{β_i} = standard variabel bebas ke i

Jika t-hitung lebih besar dari $\alpha/2$ atau t-hitung lebih kecil dari $-\alpha/2$, maka pada tingkat kepercayaan tertentu (N)—dalam penelitian ini tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau sama dengan alpha 5%— H_0 ditolak, yang berarti variabel bebas yang diuji mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.11 Uji Simultan (F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel kualitas pelayanan {bukti langsung (X1)}, {Kehandalan (X2)}, {Daya tanggap (X3)}, {Jaminan (X4)}, {Empati (X5)} mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pembelian (Y).