

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sardo Swalayan yang bertempat Kelurahan Lowokwaru Kota Malang.

3.2. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

Penelitian kuantitatif yaitu sebuah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, metode ini dikatakan sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah, yaitu konkrit atau empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut dengan metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini menggunakan data-data angka yang dianalisis menggunakan statistik dalam Sugiono (2009:7).

Tujuan menggunakan kuantitatif adalah membuat dekskripsi objektif tentang fenomena terbatas dan menentukan apakah fenomena dapat dikontrol melalui beberapa intervensi dan menjelaskan, meramalkan, mengontrol, hubungan, pengaruh, sebab akibat fenomena melalui pengumpulan data terfokus dari data numerik dalam Asnawi dan Masyhuri (2011:21)

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

a. populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek dan subyek yang menjadi kualitas dan karakteristik tertentu di yang di tetapkan oleh peneliti ntuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa pengunjung yang dating di sardo swalayan kecamatan lowokwaru kabupaten malang

b. sampel

sampel adalah sebagian dari populasi yang hendak di ketahui yang dianggap bias mewakili populasi. Sampel yang disarankan dalam penggunaan SEM adalah lebih dari 50 orang. Namum apabila jumlah sampel terlalu banyak dan tidak memungkinkan untuk dilakukan penarikan sampel seluruhnya, maka penelitian ini akan menggunakan rekomendasi untuk menggunakan maksimum likelihood yaitu penarikan sampel antara 50 sampai 100 sampel

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam paradigma penelitian kuantitatif, dan dikumpulkan dengan metode kuisisioner atau angket, wawancara atau interview dan dokumentasi

1. *Kuisisioner atau Angket*

Kuesioner (angket), merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2004; 135). Sedangkan menurut Maholtra dalam Asnawi dan Masyhuri (2011:162) sebuah kuesioner, baik itu disebut formulir atau skedul, bentuk wawancara atau instrument pengukuran, merupakan serangkaian pertanyaan yang diformulirkan untuk mendapatkan informasi dari responden selengkap mungkin.

2. *Wawancara*

Wawancara merupakan suatu cara pengumpulan data dengan menanyakan langsung kepada pihak yang berkaitan dengan penelitian.

Wawancara (*Interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *Interview guide* (panduan wawancara). *Interview* dapat dipandang sebagai metode pengumpulan data dengan jalan Tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian menurut Nasir (dalam Asnawi dan Masyhuri,2011:163).

3. *Dokumentasi*

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti,

notulen rapat agenda dan sebagainya. Dokumentasi dari asal katanya dokumen yang artinya data yang diperoleh dari data dokumentasi dapat dimanfaatkan untuk mengetahui menafsirkan bahkan meramlkan.

4. *Observasi*

Pengambilan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang diteliti.

5. *Studi Pustaka*

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data skunder yang bersumber pada literature, dokumen, majalah, dan hasil penelitian sebelumnya yang diperoleh dari perpustakaan terutama yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Dasar penyusunan DOV adalah teori-teori yang telah disusun pada bab 2, teori-teori tersebut dikritisi dan dilakukan justifikasi atau dioperasionalkan dalam bentuk variabel. Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur construct menjadi variabel penelitian yang dapat dituju menurut Indrianto (dalam Asnawi dan Masyhuri,2011:163).

Variabel adalah suatu konsep yang mempunyai variasi nilai dengan klasifikasi tertentu dan dapat pula diartikan sebagai segala sesuatu yang akan

dijadikan obyek pengamatan penelitian. Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang akan dianalisis adalah sebagai berikut :

3.5.1 Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Menurut Sugiyono (2011:39) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas yang dikemukakan oleh menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2009:182), yaitu sebagai berikut:

X1: Berwujud (*Tangible*)

Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi serta yang lainnya yang dapat dan harus ada dalam proses jasa.

Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah (Parasuraman , 2005):

- a. Keamanan parker ketika berbelanja
- b. Penampilan karyawan yang menarik
- c. Ketersediaan peralatan membawa belanja ke kasir
- d. Rancangan gedung yang menarik

X2: Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan

setiap kali. Adapun atribut-atribut yang berada dalam dimensi ini antara lain adalah (Parasuraman , 2005):

- a. Ketelitian kasir melayani pelanggan
- b. Daya tanggap seluruh karyawan membantu pelanggan berbelanja
- c. Kemampuan karyawan menguasai penempatan produk

X3:Keresponsifan (*Responsiveness*)

Yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas, akan menimbulkan kesan negative yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali jika kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi suatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah (Parasuraman , 2005):

- a. Kecepatan karyawan menangani masalah pelanggan
- b. Kemauan karyawan memberikan perhatian secara individu
- c. Ketanggapan informasi yang jelas kepada pelanggan

X4: Jaminan (*Assurance*)

Meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah (Parasuraman , 200

- a. Kemudahan berkomunikasi antar karyawan dengan para pelanggan
- b. Pemberian informasi yang jelas kepada pelanggan
- c. Kecerdasan karyawan mengenali produk yang masih tersedia

X5:Empati (*Empathy*)

Meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah (Parasuraman , 2005):

- a. Kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan
- b. Ketersediaan kotak saran
- c. Kemudahan mendapat informasi produk

1.5.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono,2011:39). Variabel Terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan yaitu bahwa perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler , 2008:42).

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	I
Kualitas pelayanan	<p>Tangibles</p> <p>Meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.</p>	<p>a.Keamanan parker ketika berbelanja</p> <p>b.Penampilan karyawan yang menarik</p> <p>c.Ketersediaan peralatan membawa belanja ke kasir</p> <p>d.Rancangan gedung yang menarik</p>
	<p>Emphaty (perhatian)</p> <p>adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan / konsumen.</p>	<p>a. Kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan</p> <p>b. Ketersediaan kotak saran</p> <p>c. Kemudahan mendapat informasi produk</p>
	<p>Reliability (keandalan)</p> <p>adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.</p>	<p>a. Ketelitian kasir melayani pelanggan</p> <p>b. Daya tanggap seluruh karyawan membantu pelanggan berbelanja</p> <p>c. Kemampuan karyawan menguasai penempatan produk</p>
	<p>Responsive (daya tanggap / kesigapan) adalah suatu respon / kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.</p>	<p>a. Kecepatan karyawan menangani masalah pelanggan</p> <p>b. Kemauan karyawan memberikan perhatian secara individu</p> <p>c. Ketanggapan informasi yang jelas kepada</p>

		pelanggan
	<p>Assurance (jaminan)</p> <p>adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen / pelanggan terhadap perusahaan.</p>	<p>a. Kemudahan berkomunikasi antar karyawan dengan para pelanggan</p> <p>b. Pemberian informasi yang jelas kepada pelanggan</p> <p>c. Kecerdasan karyawan mengenali produk yang masih tersedia</p>
Kepuasan pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan produk atau jasa yang mampu memberikan lebih dari pada yang di harapkan oleh konsumen	<p>a. Sardo Swalayan sebagai tempat berbelanja yang nyaman</p> <p>b. Sardo Swalayan sebagai tempat berbelanja dengan kualitas pelayanan yang baik</p>

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

No	Keterangan	Uraian	Nilai
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sugiyono (2011:94)

3.6 Uji Instrument

3.6.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur untuk mengukur apa yang diukur. Valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment* Pearson dengan level signifikansi 5% dengan nilai kritisnya, di mana r dapat digunakan rumus (Arikunto, 1998:162):

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

Keterangan :

- r = koefisien korelasi
- n = banyaknya sampel
- X = skor item
- Y = skor item Y

Bila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid.

Ada tiga pendekatan yang dapat digunakan untuk mengukur validitas:

- a. Content (*face*) Validity merupakan salah satu konsep pengukuran validitas dimana suatu instrument dinilai memiliki content validity jika mengandung butir-butir pertanyaan yang memadai dan representatif untuk mengukur construct sesuai dengan yang diinginkan peneliti. Suatu

instrumen dinilai memiliki face validity jika menurut penilaian subjektif diantara para professional bahwa instrument tersebut menunjukkan secara logis dan merefleksikan secara akurat sesuatu yang harus diukur.

- b. Criterion-related Validity adalah konsep pengukuran validitas yang menguji tingkat akurasi dari instrument yang baru dikembangkan. Uji Criterion-related Validity dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi anatar skor yang diperoleh dari penggunaan instrument lain yang telah ada sebelumnya yang memiliki criteria relevan. Instrument lain yang telah ada sebelumnya yang memiliki criteria relevan. Instrumen baru yang memiliki validitas tinggi jika koefisian korelasinya tinggi. Ada dua jenis Criterion-related Validity yaitu (1) concurrent validity, jika pengujian korelasi dilakukan terhadap skor instrument baru dengan instrument yang mempunyai criteria relevan, (2) predictive validity, jika korelasi skor kedua instrument merupakan merupakan hasil pengukuran sebelum pengukuran pada saat yang berbeda, dimana pengukuran instrument yang baru dilakukan sebelum pengukuran instrument lain yang memiliki kriteria relevan.
- c. *Construct Validity* suatu instrument dirancang untuk mengukur construct tertentu. *Construct Validity* merupakan konsep pengukuran validitas dengan cara menguji apakah suatu instrument mengukur construct sesuai dengan yang diharapkan. Ada dua cara pengujian *Construct Validity* yaitu: (1) *Convergent Validity*, dimana validitas

suatu instrument ditentukan berdasarkan konvergensinya dengan instrument lain yang sejenis dalam mengukur construct (2) *Discriminant Validity*, dimana validitas suatu instrument ditentukan berdasarkan rendahnya korelasi dengan instrument lain yang digunakan untuk mengukur construct lain.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Konsistensi disini, berarti koefisien disebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep dari suatu kondisi ke kondisi yang lain. Pada program SPSS, metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana koefisien dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Rumus yang digunakan untuk *Cronbach Alpha* adalah

$$r_n = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Dimana :

r_n = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

σb^2 = jumlah varian

σt^2 = total varian

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- a. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang. Disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabanya.
- b. *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi atau jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan Cronbach Alpha $>0,60$

3.7 Model Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan:

3.7.1 Regresi linier berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Maka dalam penelitian ini regresinya sebagai berikut (Sugiyono, 2005:250).

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

Dimana Y = Variabel terikat yaitu tingkat kepuasan pengunjung.

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi variabel bebas ke-1

x_1 = Tangible (bukti langsung)

x_2 = Reliability (kehandalan)

x_3 = Responsibility (daya tanggap)

x_4 = Assurance (auransi)

x_5 = Emphaty (empati)

e = standar *error*

3.7.2 Pengujian koefisien persamaan regresi

Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan bermakna atau tidak, maka digunakan perhitungan uji statistik, sebagai berikut:

a Uji F (Uji simultan)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat, (Sugiyono, 2005:250), dinyatakan sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (k - 1)}{(1 - R^2) / (N - k)}$$

Dimana: F = Harga F

R = Koefisien korelasi ganda

k = Banyaknya variabel bebas

n = ukuran sampel

Adapun langkah-langkah uji F atau uji simultan adalah :

1) Perumusan hipotesis

H_0 = Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

H_a = variabel kualitas pelayanan ada pengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

2) Nilai kritis distribusi F dengan level of signifikan

a). Perumusasi Hipotesis

H_0 = variable kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_a = variable kualitas pelayanan ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

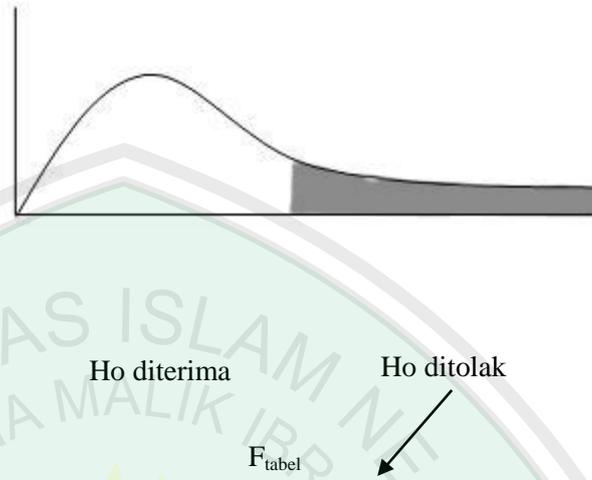
b). Nilai kritis distribusi F dengan level of signifikan

$\alpha = 5\%$

F Tabel = $F_{\alpha; k-1; n-k}$

= $F_{0.05; k-1; n-k}$

c). daerah kritis H_0 melalui kurva distribusi F.



d). kriteria penolakan atau penerimaan H_0 diterima jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{table}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak terdapat pengaruh simultan oleh variable X dan Y.

$F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{table}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima hal ini berarti terdapat pengaruh yang simultan terhadap variable X dan Y.

b Uji t (Uji parsial)

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variable bebas secara parsial terhadap variable terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variable bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variable terikat, Suryono (2005: 223). r^2

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Dimana: r = Koefisien regresi

n = Jumlah responden

t = Uji hipotesis

Adapun langkah-langkah untuk uji t adalah:

a). perumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatifnya (H_a)

1. H_0 = variable bukti fisik (*tangibles*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H_a = variable bukti fisik (*tangibles*) ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. H_0 = variable keandalan (*reability*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H_a = variable keandalan (*reability*) ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. H_0 = variable daya tanggap (*responsiveness*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H_a = variable daya tanggap (*responsiveness*) ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4. H_0 = variable jaminan (*assurance*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H_a = variable keandalan (*assurance*) ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5. H_0 = variable daya tanggap (*responsiveness*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

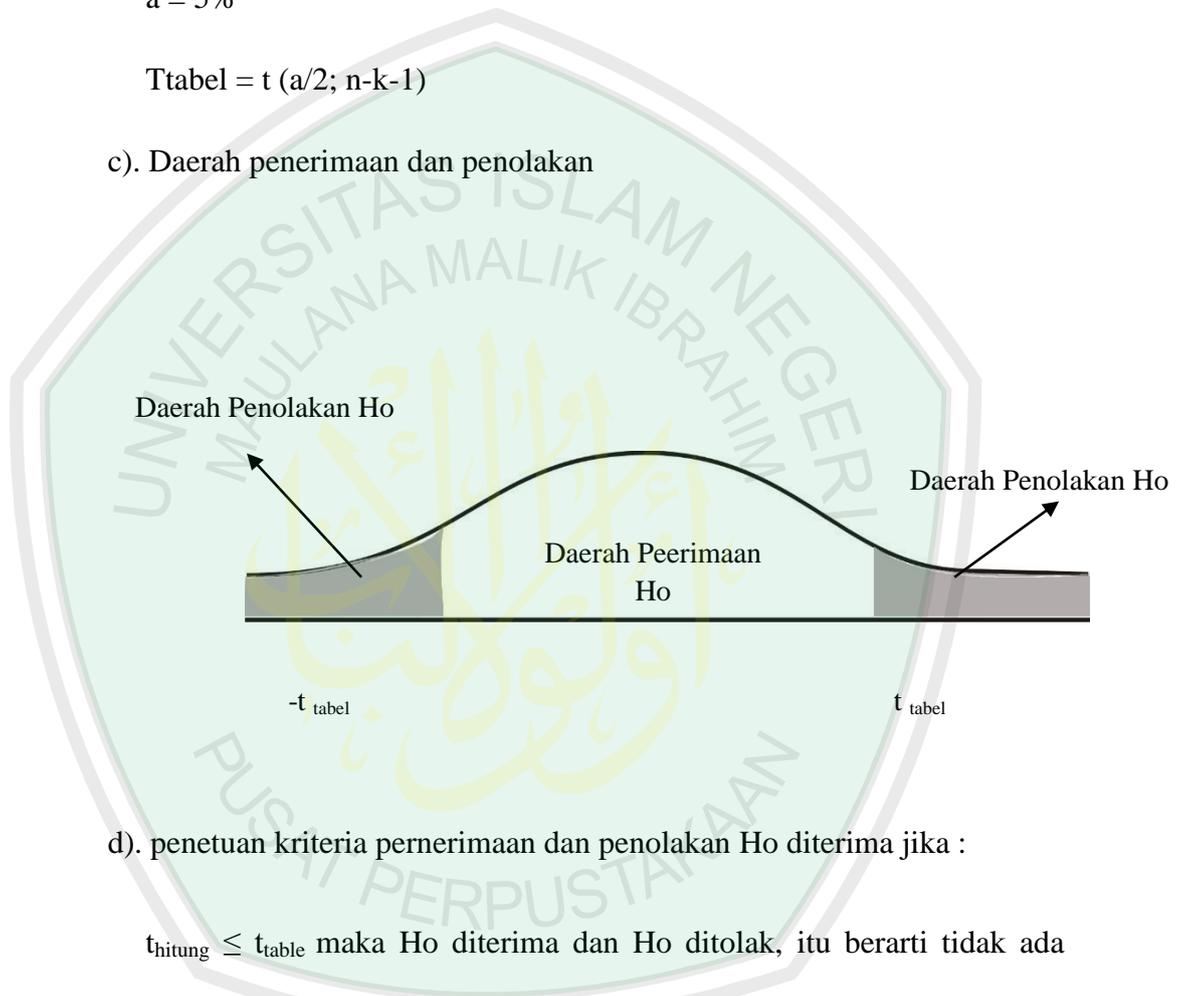
H_a = variable daya tanggap (responsiveness) ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b). Menentukan nilai kritis dengan level of signifikan

$$\alpha = 5\%$$

$$T_{\text{tabel}} = t(\alpha/2; n-k-1)$$

c). Daerah penerimaan dan penolakan



d). penentuan kriteria penerimaan dan penolakan H_0 diterima jika :

$t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_0 ditolak, itu berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variable X dan Y.

$t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variable X dan Y