

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Warung Pasta Rawamangun yang terletak di Jl. Balai Pustaka Timur D6/NO. 53, Rawamangun, Jakarta Timur. Waktu yang diperlukan dalam meneliti dimulai pada 15 Februari – 5 Maret 2015.

3.2 Strategi dan Metode Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan adalah strategi korelasional. Penelitian korelasional merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan minimal dua variabel atau lebih. Strategi ini bertujuan agar dapat memberikan atau menjelaskan. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menjelaskan apakah terdapat hubungan antara variabel X_1 (kualitas pelayanan), variabel X_2 (harga jual) dan variabel X_3 (promosi penjualan) dengan variabel Y (kepuasan konsumen). Metode penelitian dengan menggunakan kuesioner yang bersifat tertutup, maksudnya telah disediakan sejumlah pilihan jawaban yang ditentukan nilainya dengan skala likert. Metode ini dipilih untuk mengetahui

hubungan antara kualitas pelayanan, harga jual, dan promosi penjualan dengan tingkat kepuasan konsumen pada Warung Pasta Rawamangun.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian adalah seluruh pelanggan Warung Pasta Rawamangun yang menggunakan jasa servicenya. Jumlah konsumen sebanyak 200 orang dalam waktu 7 hari konsumen (responden) yang makan di Warung Pasta Rawamangun.

3.3.2. Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Responden yang dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini sebanyak 67 orang pelanggan. Kriteria responden yang dipilih adalah bagi mereka yang telah kembali berkunjung lebih dari 2 kali, dengan ini mereka sudah bisa dikatakan pelanggan. Rumus memperoleh jumlah sampel berdasarkan rumusan Burhan Bungin sebagai berikut :

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

$$n = \frac{200}{(200 \times (0,1)^2) + 1}$$

$$n = \frac{200}{3} = 66,67 \text{ (dibulatkan menjadi 67)}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah anggota

d = nilai presisi (10%)

Dengan teknik pengambilan sampel, *purposive sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, peneliti mengambil sampel 67 orang dengan kriteria yang telah berkunjung kembali lebih dari 2 kali.

3.4 Unit-unit analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga jual , promosi penjualan dan kepuasan konsumen pada Warung Pasta Rawamangun, maka

subjek dari penelitiannya adalah kualitas pelayanan, harga jual dan promosi penjualan dengan tingkat kepuasan kosumen.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penelitian, penulis menggunakan instrument sebagai berikut :

1. Riset Kepustakaan

Studi kepustakaan ini dilakukan untuk memperoleh bahan yang bersifat teoritis yang berkaitan dengan masalah kualitas pelayanan, harga jual, promosi penjualan dan kepuasan konsumen sebagai landasan bagi penulisan penelitian.

2. Riset Lapangan

Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.

3.6 Instrument Pengumpulan data

Angket (kuesioner) yaitu membuat daftar pernyataan yang ditunjukkan langsung kepada 67 orang pelanggan pada Warung Pasta Rawamangun. Berupa 23 pernyataan yang terdiri dari 11 butir pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan (X_1), 2 butir pernyataan untuk variabel harga jual (X_2), 4 butir pernyataan variabel

promosi penjualan (X_3), dan 6 butir variabel kepuasan pelanggan (Y). penelitian menggunakan skala likert yaitu skala yang di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat dari persepsi orang.

Tabel 3.1.

Pemberian skor untuk jawaban kuesioner

Berdasarkan Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Nilai Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2011)

Tabel 3.2. Indikator Variabel Penelitian.

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Butir Pernyataan
Kualitas pelayanan (X1)	1. Reliability	a. Pelayanan jasa	1
		b. Penanganan atau pengadmistrasian	2
	2. Responsiveness	a. Kecepatan pelayanan	3
		b. Keluangan waktu pelayanan	4
	3. Assurance	a. Reputasi restoran	5
b. Kemampuan pelayanan		6	
4. Emphathy	a. Keramahan karyawan	7	
	b. Kesabaran karyawan	8	
5. Tangibles		a. Kebersihan fasilitas	9
		b. Kerapihan karyawan	10
		c. Tata ruang	11
Harga Jual (X2)	1. Kebijakan harga	a. Kesesuaian harga yang ditawarkan	12
		b. Harga yang ditawarkan terjangkau	13
Promosi Penjualan (X3)	1. Informasi yang digunakan	a. Efektivitas media iklan	14
		b. Informasi langsung	15
	2. Publisitas	a. Citra perusahaan	16
		b. Opini konsumen	17
Kepuasan Konsumen (Y)	1. Persepsi	a. Keunggulan rasa	18
		b. Keanekaragaman	19
		c. Pelayanan karyawan	20
	2. Harapan	a. Penanganan keluhan	21
		b. Kenyamanan suasana	22
c. Kemudahan pemesanan		23	

Sumber : Philip Kotler (2005), Rambat Lupiyoadi (2006), Daryanto (2011)

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1. Pengolahan data

Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan komputer dengan program aplikasi yaitu :

1. Microsoft Office, yaitu Microsoft Word dan Microsoft Excel
2. SPSS Versi 22.0

3.7.2. Uji Instrumen Penelitian/Uji Kualitas Data

Langkah kedua dalam analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah pengukuran dan pengujian suatu kuesioner. Suatu kuesioner atau hipotesis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *validity* (tingkat kesahihan) dan *reliability* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

a. Uji Validitas atau Kesahihan

Untuk uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkolerasikan antara skor yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Instrumen yang diberikan kepada 67 orang pelanggan Warung Pasta Rawamangun sebagai sampel penelitian. Data yang diperoleh ditabulasikan kemudian dilakukan analisis faktor untuk pengujian dengan metode kolerasi sederhana, yaitu mengkorelasikan skor faktor total. Nilai dikatakan valid apabila hasilnya sebesar 0,30 ke atas dan sebaliknya bila nilai dibawah 0,30 maka nilai dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas atau Keandalan

Menurut Priyatno (2010) “uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang”.

Dalam pengujian reliabilitas ini penelitian mengandalkan pengolahan data dengan SPSS. Ukuran yang akan dipakai adalah *Alpha Cronbach*. Hasil pengolahan data dengan SPSS yang menghasilkan nilai *Alpha Cronbach* per variabel akan dibandingkan dengan r_{tabel} . Bila nilai $r_{tabel} >$ nilai *Alpha Cronbach* maka instrumen pernyataan dalam kuesioner dianggap reliabel. Sedangkan tingkat signifikansinya adalah diatas 0,60.

3.8 Analisis Statistik Data

3.8.1. Koefisien Korelasi Parsial

Koefisien korelasi parsial merupakan alat analisis dihitung untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

- a) Korelasi parsial antara X_1 dengan Y (X_2 dan X_3 Konstan)

$$r_{Y1.23} = \frac{r_{Y1} - (r_{Y2} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y2})^2) \cdot (1 - (r_{Y3})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

- b) Korelasi parsial antara X_2 dengan Y (X_1 dan X_3 Konstan)

$$r_{Y2.13} = \frac{r_{Y2} - (r_{Y1} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (1 - (r_{Y3})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

- c) Korelasi parsial antara X_3 dengan Y (X_1 dan X_2 Konstan)

$$r_{Y3.21} = \frac{r_{Y3} - (r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (1 - (r_{Y2})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

3.8.2. Koefisien Korelasi berganda

Setelah dilakukan perhitungan korelasi parsial, maka dapat dilakukan analisis koefisien korelasi berganda yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan harga, dan promosi penjualan dengan tingkat kepuasan konsumen secara serentak.

$$r_{123} = \sqrt{\frac{(r_{y1})^2 + (r_{y2})^2 + (r_{y3})^2 - 2(r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_3)}{1(r_{123})^2}}$$

Nilai koefisien berkisar dari -1 sampai 1. Interpretasi nilai r sebagai berikut :

1. jika $r = -1$ mendekati -1, maka terdapat hubungan negatif yang kuat dan sempurna atau relatif kuat antara variabel X dan variabel Y
2. jika $r = 1$ atau mendekati 1, maka terdapat hubungan positif yang kuat dan sempurna atau relatif kuat antara variabel X dan variabel Y
3. jika $r = 0$ atau mendekati 0, maka tidak ada hubungan atau mempunyai hubungan relatif rendah antara variabel X dan variabel Y.

Tabel 3.3 Pedoman Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi

Interval Koefisien (Nilai Mutlak)	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (2005)

3.8.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis terhadap ρ digunakan untuk mengetahui signifikan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Langkah – langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \rho \leq 0$ (secara simultan tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, harga jual dan promosi penjualan dengan tingkan kepuasan konsumen Warung Pasta)

$H_a : \rho > 0$ (secara simultan terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, harga jual dan promosi penjualan dengan tingkat kepuasan konsumen Warung Pasta).

2. Menentukan taraf nyata (α) atau tingkat keyakinan ($1-\alpha$)

Taraf nyata (α) yang digunakan sebesar 10% (0,1) dengan tingkat keyakinan ($1-\alpha$) 90%.

3. Kriteria pengujian

Ho ditolak, jika Signifikan F < 0,1

Ho diterima, jika Signifikan F \geq 0,1

4. Perhitungan nilai Signifikan

Perhitungan nilai Signifikan F dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 22.0

5. Kesimpulan dan interpretasi