BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan di CV. Jonggi Gando Silit Air, Jakarta Timur dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi umum dalam penelitian ini adalah pelanggan CV. Jonggi Gando Silit Air sejak berdiri sampai dengan sekarang, tidak diketahui secara pasti. Populasi sasaran dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah menggunakan jasa rental mobil di CV. Gando Silit Air Jakarta Timur yaitu sewa bulanan dari tahun 2015-2018.

Tabel 3.1. Jumlah Pelanggan CV. Jonggi Gando Silit Air sejak tahun 2015-2018

No	Tahun	Jumlah Pelanggan
1	2015	156
2	2016	144
3	2017	132
4	2018	132
Total Jumlah Pelanggan		564

Sumber: CV. Jonggi Gando Silit Air (2019)

Berdasarkan tabel di atas jumlah pelanggan CV. Jonggi Gando Silit Air adalah sebanyak 564 orang. Sehingga populasi sasaran dalam penelitian ini adalah 564 orang.

3.2.2. Sampel

Sugiyono (2016:116) sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *non probability sampling* yaitu metode *purposive sampling* yang merupakan metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

1. Pelanggan minimal berusia 18 tahun ke atas karena dianggap sudah memiliki KTP dan SIM A untuk Mobil.
2. Pelanggan yang sudah pernah menyewa jasa rental mobil di CV. Jonggi Gando Suli Air minimal lebih dari satu kali.

Dikarenakan jumlah populasi sasaran dalam penelitian ini adalah sebesar 564 orang, maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

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

Keterangan :

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

e = Persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolelir, yaitu 5%.

Dengan jumlah populasi pelanggan 564 orang, maka perhitungan untuk mencari sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{564}{1 + 564(0,05)^2} = 234,03$$

Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 234 orang.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Untuk merumuskan dan memecahkan masalah, seringkali dijumpai kesulitan karena masalah tidak didukung oleh data dan informasi yang lengkap. Berdasarkan hal di atas, maka peneliti memerlukan data yang dibutuhkan untuk penyusunan skripsi. Adapun metoda pengumpulan data yang dilakukan untuk penelitian ini adalah :

1. Penelitian kepustakaan

Penulis melakukan penelitian dengan mencari berbagai landasan teori yang berhubungan dengan masalah yang diangkat pada topik penelitian ini, yaitu dengan membaca dan memahami literatur dari buku-buku panduan atau buku lain yang bersirat ilmiah serta materi yang diperoleh selama perkuliahan yang berhubungan dengan manajemen pemasaran.

2. Penelitian lapangan

Penelitian lapangan yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap objek penelitian yang menjadi sumber data. Penelitian ini lapangan dalam hal ini yaitu menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden. Cara penilaian terhadap hasil jawaban dalam kuesioner dilakukan dengan menggunakan skala likert, dengan menghadapkan responden pada sebuah pernyataan yang nantinya akan diberikan bobot penilaian tertentu pada setiap pernyataan dengan skala Likert.

3.4. Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa kuesioner diukur menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang kejadian tertentu. Dalam skala Likert terdapat skor atau bobot terhadap jawaban yang disediakan.

Tabel 3.1. Indikator-indikator Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator	Sub indikator	No. Item
1	Kualitas pelayanan (X ₁) Sumber: Kotler dan Keller (2016:90)	Bukti langsung	Kondisi fisik mobil dalam keadaan baik	1
		Keandalan	Peralatan dan fasilitas didalam mobil memadai seperti musik, AC dan lainnya	2
		Daya tanggap	Cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan terkait kondisi mobil	3
		Jaminan dan kepastian	Petugas selalu tersenyum dalam melayani pelanggan	4
		Perhatian	Petugas tidak menunjukkan kesan sibuk dalam melayani pelanggan	5
2	Persepsi Harga (X ₂) Sumber: Kotler dan Armstrong (2016:52)	Keterjangkauan Harga	Harga sewa mobil terjangkau	6
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	Harga dengan kualitas yang diberikan sepadan	7
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang diperoleh	8
		Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Menawarkan harga sewa mobil yang kompetitif	9
3	Promosi (X ₃) Sumber: Kotler dan Keller (2016:478)	<i>Advertising</i> (periklanan)	Iklan yang ditawarkan mampu menciptakan perhatian pelanggan	10
			Iklan jasa rental mobil dimuat di majalah	11
		<i>Public relations and publicity</i>	Membagikan brosur di perkumpulan masyarakat	12
		<i>Word of mouth</i>	Mengetahui jasa rental mobil dari warga sekitar	13
			Mendapatkan informasi hal-hal positif mengenai keunggulan jasa rental mobil	14
4	Kepuasan Pelanggan (Y) Sumber: Kotler dan Keller (2016:125)	Tetap setia	Selalu menggunakan jasa rental mobil	15
		Membeli produk/jasa yang ditawarkan	Memilih jasa rental mobil dibanding para pesaing	16
		Merekomendasikan produk/jasa	Merekomendasikan jasa rental mobil kepada teman-teman atau keluarga	17
		Bersedia membayar lebih	Bersedia membayar lebih karena merasa puas	18
		Memberi masukan	Menerima masukan dan kritikan dari keluhan pelanggan	19

3.5. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner yaitu daftar pernyataan yang disusun secara tertulis yang bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban para responden. Dalam menyusun kuesioner harus memperhatikan beberapa hal, salah satunya adalah bentuk pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner tersebut.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pernyataan secara tertutup, yaitu pernyataan di mana jawaban-jawabannya telah dibatasi oleh peneliti sehingga responden dapat menjawab sesuai dengan pilihan jawaban yang diarahkan oleh peneliti, sehingga peneliti mudah dalam melakukan analisis data dalam penelitian ini.

Untuk mengukur instrumen penelitian jenis skala yang digunakan adalah menggunakan skala Likert. Penulis menetapkan skala yang diajukan adalah genap yaitu dari skor 1 sampai dengan skor 4. Hal ini dikarenakan untuk memperoleh jawaban yang lebih pasti, menghindari keraguan responden dalam menjawab pernyataan dalam kuesioner dan memperoleh data sesuai dengan tujuan penelitian yang lebih terarah. Skala Likert ini, nantinya dijumlahkan untuk mendapatkan gambaran mengenai persepsi setiap responden.

Tabel 3.1. Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2013)

Oleh karena kuesioner adalah alat untuk mengumpulkan data, maka instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel, sehingga data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur, dan dibuktikan melalui pengujian secara ilmiah. Pengujian tersebut berupa uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* $d(f) = n - k$ dengan *alpha* 0,05. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Untuk hasil analisis dapat dilihat pada output uji reliabilitas pada bagian *corrected item total correlation*.

Dalam pengambilan keputusan untuk menguji validitas indikatornya adalah:

- a. Jika r hitung positif serta r hitung $>$ r tabel maka butir atau variable tersebut valid.
- b. Jika r hitung tidak positif dan r hitung $<$ r tabel maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Menurut Ghozali, 2016, suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60. Koefisien *Cronbach Alpha* adalah suatu alat analisis penilaian keandalan dari suatu skala yang dibuat. Cara ini untuk menghitung korelasi skala yang dibuat dengan seluruh variabel yang ada, dengan angka koefisien yang dapat diterima yaitu diatas 0,60. (Ghozali, 2016).

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Pengolahan dan penyajian data

Pengolahan dan penyajian data dalam penelitian ini yaitu menggunakan bantuan software SPSS, hal ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data dan menyajikan data pada saat menjelaskan di bab.

3.6.2. Analisis statistik data

Analisis statistik data dilakukan dengan menginput data yang sudah diperoleh melalui jawaban responden yang terdiri dari variabel-variabel dalam penelitian ini. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis koefisien determinasi baik secara parsial dan berganda dan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.

1. Analisis koefisien determinasi

Analisis koefisien determinasi secara parsial berikut ini :

(1) Koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui kontribusi pengaruh variabel bebas tertentu terhadap perubahan variabel terikat.

a. Koefisien determinasi parsial X_1 terhadap Y dengan rumus :

$$KD_1 = (r_{Y1.23})^2 \times 100\%$$

b. Koefisien determinasi parsial X_2 terhadap Y dengan rumus :

$$KD_2 = (r_{Y2.13})^2 \times 100\%$$

c. Koefisien determinasi parsial X_3 terhadap Y dengan rumus :

$$KD_3 = (r_{Y3.12})^2 \times 100\%$$

(2) Koefisien determinasi berganda

Koefisien determinasi berganda berfungsi untuk menggambarkan besarnya pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini. Koefisien determinasi tersebut diketahui dengan rumus :

$$KD = (r_{Y123})^2 \times 100\%$$

2. Pengujian hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini dilihat dari besarnya koefisien determinasi yang diperoleh melalui koefisien korelasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa besarnya koefisien determinasi (%) dengan memperoleh nilai p_{value} lebih kecil dibanding 0,05 (α), maka variabel tersebut dipengaruhi secara signifikan.

(1) Pengujian hipotesis secara parsial

a. Pengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y

$H_0 : \beta_1 = 0$ (Secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan)

$H_a : \beta_1 \neq 0$ (Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan)

b. Pengaruh variabel X_2 terhadap variabel Y

$H_0 : \beta_2 = 0$ (Secara parsial persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan)

$H_a : \beta_2 \neq 0$ (Secara parsial persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan)

c. Pengaruh variabel X_3 terhadap variabel Y

$H_0 : \beta_3 = 0$ (Secara parsial promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan)

$H_a : \beta_3 \neq 0$ (Secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan)

Melihat uraian rumus yang dijelaskan di atas, dapat diartikan bahwa jika :

H_0 diterima jika *significance t* ≥ 0.05 artinya secara parsial tidak berpengaruh signifikan

H_0 ditolak jika *significance t* < 0.05 artinya secara parsial berpengaruh signifikan

(2) Pengujian hipotesis simultan

$H_0 : \rho_{123} = 0$ (Secara simultan kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan)

$H_a : \rho_{123} \neq 0$ (Secara simultan kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan)

Melihat rumus yang dijelaskan di atas, maka dapat diartikan bahwa jika :

H_0 diterima jika *significance F* ≥ 0.05 artinya secara simultan tidak berpengaruh signifikan

H_0 ditolak jika *significance F* < 0.05 artinya secara simultan berpengaruh signifikan