

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi dan Metoda Penelitian

3.1.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif yang merupakan penelitian yang berusaha mencari hubungan/pengaruh antara satu variabel dengan variabel lain. Karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel yang dimaksud adalah lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2), kualitas produk (X3), Harga (X4), dan kepuasan pelanggan (Y).

3.1.2. Metoda penelitian

Metoda penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survey sampel, yaitu dengan mendatangi objek yang bersangkutan untuk mendapatkan data dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Metode survey dipilih untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Savana Laundry Kiloan Utan Kayu Utara, Jakarta Timur.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono 2016 : 117). Populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Savana Laundry Kiloan kel. Utan Kayu Utara, Jakarta Timur.

3.2.2. Sampel penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara

keseluruhan menurut Suryani dan Hendryadi (2015: 192). Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probabilitas sampling. Non probabilitas sampling adalah setiap unsur populasi dipilih secara acak sehingga tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dan teknik yang digunakan adalah incidental sampling yaitu pengambilan sampel didasarkan pada kenyataan bahwa mereka kebetulan muncul.

Pertimbangan pengambilan sampel ini adalah konsumen yang menggunakan jasa pelayanan cuci dan setrika pada Savana Laundry Kiloan kel.Utan Kayu Utara, Jakarta Timur.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Nilai Z dengan tingkat keyakinan tertentu

Moe = *Margin of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan. Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau Z 1,96 dan Moe sebesar 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka perhitungan jumlah sampel penelitian *Cronbach Alpha* sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96$$

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, atau dengan kata lain sampel yang diambil sesuai dengan criteria penelitian.

3.2.3. Unit-unit analisis penelitian

Unit analisis adalah sesuatu yang dianalisis. Unit analisis penelitian ini adalah individu, yaitu konsumen Savana Laundry Kiloan kel. Utan Kayu Utara, Jakarta Timur. Mengetahui informasi tentang Lokasi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X3), Harga (X4), dan kepuasan pelanggan (Y), yang ditunjukkan dari pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada konsumen Savana Laundry Kiloan kel. Utan Kayu Utara, Jakarta Timur. Alasan penulis menggunakan unit analisis individu karena setiap kuesioner yang disebar penulis hanya ditujukan pada satu orang saja.

3.3. Metoda Pengumpulan Data

Sugiyono (20016 : 129) dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi lapangan dan penelitian kepustakaan. Studi lapangan merupakan cara pengambilan data dengan melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian. Objek penelitian yang dimaksud adalah Savana Laundry Kiloan kel. Utan Kayu Utara, Jakarta Timur.

Dalam hal ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti wawancara dan kuesioner. Adapun penelitian kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui studi pustaka. Dalam hal ini, peneliti berusaha untuk mencari dan membaca serta mendapatkan sumber-sumber ilmiah yang terdapat didalam buku-buku manajemen, khususnya yang berkaitan dengan topic penelitian.

Kuesioner mulai dibagikan dari tanggal 07 Januari 2019 sampai dengan 28 Januari 201 dengan jumlah kuesioner yang diberikan per hari sesuai dengan jumlah konsumen yang bersedia mengisi kuesioner Savana Laundry Utan Kayu Jakarta Timur. Yaitu dengan cara peneliti membagikan 100 kuesioner melalui menyebarkan kuesioner dengan mengisi google form yang telah dibuat oleh peneliti.

3.4. Instrument Pengumpulan Data

Pengukuran adalah upaya pemberian tanda angka atau bilangan pada suatu nilai variabel. Dengan menentukan skala pengukuran, berarti penulis telah mampu mengklasifikasikan variabel yang akan diukur supaya tidak terjadi kesalahan

dalam menentukan analisis data dan langkah riset selanjutnya. Skala likert sering disebut sebagai *method of summated ratings*, yang berarti nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan dari responden.

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot dari setiap Pernyataan berdasarkan skala likert, adapun skor jawabannya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1. Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian

No.	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2013)

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui pendapat konsumen Savana Laundry Kiloan kel. Utan Kayu Utara, Jakarta Timur mengenai keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, dan berwujud terhadap kepuasan konsumen pada Savana Laundry Kiloan kel. Utan Kayu Utara, Jakarta Timur. Indikator-indikator terdapat pada 3.2

Sebelum digunakan untuk mengumpulkan data, instrumen perlu diuji terlebih dahulu dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur dan memastikan tingkat ketepatan instrument yang digunakan dalam penelitian (berupa butir-butir pernyataan untuk setiap variabel), sedangkan uji reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrument memiliki konsistensi dan kehandalan sebagai alat ukur bagi masing-masing variabel.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Semua variabel utama yang digunakan diukur dengan Skala Likert dan dapat didefinisikan sebagai berikut.

1. Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan penilaian pelanggan (responden) terhadap kemampuan Savana Laundry Jakarta Timur yang berkaitan dengan kontinuitas air, lokasi pembayaran, dan kecepatan penanganan keluhan terhadap kesesuaian dari keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan.
2. Lokasi diukur berdasarkan penilaian pelanggan (responden) terhadap kemampuan Savana Laundry Jakarta Timur yang berkaitan dengan kesiapan petugas setiap saat diperlukan, ketepatan waktu pelayanan, dan berkaitan dengan ada tidaknya pembedaan pelanggan satu dengan lainnya dalam melaksanakan jasa dengan tepat dan terpercaya.
3. Kualitas Pelayanan diukur berdasarkan penilaian pelanggan (responden) terhadap kemampuan Savana Laundry Jakarta Timur yang berkaitan dengan ketanggapan petugas ataskeluhan dan masalah yang dihadapi pelanggan serta kecepatan dalam melayani sambungan baru dalam membantu memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan.
4. Kualitas Produk diukur berdasarkan penilaian pelanggan (responden) terhadap kemampuan Savana Laundry Jakarta Timur yang berkaitan dengan keramahan dan kesopanan, pemberian pelayanan secara tuntas dan menyeluruh, serta memberikan penjelasan dengan baik dalam menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
5. Harga diukur berdasarkan penilaian pelanggan (responden) terhadap kemampuan Savana Laundry Jakarta Timur yang berkaitan dengan sikap dan perhatian petugas, berlaku adil pada setiap pelanggan, dan berpenampilan baik dalam memberi perhatian secara individu kepada pelanggan.

Tabel 3.2 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Instrumen
Lokasi (X₁) Fandy Tjiptono (dalam Kuswatiningsih, 2016:15)	Tempat	Lokasi mudah dijangkau	1
	Area Parkir	Area parkir luas	2
	Akses	Akses mudah ke lokasi	3
	Visibilitas	Lokasi mudah dikenal	4
Kualitas Pelayanan (X₂)	Kehandalan (<i>Realibility</i>)	Ketepatan waktu pelayanan	5

Parasuraman dalam Sangadji dan Sopiah (2013: 100)	Daya Tanggap	Tanggap terhadap keluhan	6	
	Empati (<i>Emphaty</i>)	Kesiapan karyawan	7	
	Jaminan (<i>Asurance</i>)		Kebersihan	8
			Keamanan	9
			Pengetahuan tentang produk	10
	Berwujud		Sarana dan Prasarana bersih dan nyaman	11
Penampilan karyawan rapi dan sopan			12	
Kualitas Produk (X₃) David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono (2016:134)	Penampilan	Penampilan Kemasan yang disediakan menarik	13	
	Kinerja Produk	Kecepatan dan ketetapan waktu karyawan dalam mengolah produk	14	
	Keandalan (<i>Realibility</i>)	Daya tarik	15	
Harga (X₄) Kotler dan Armstrong terjemahan Sabran (2012:278)	Keterjangkauan harga	Harga mudah terjangkau	16	
	Daya saing harga	Harga lebih murah dibandingkan pesaing	17	
	Kesesuaian harga	Harga sesuai dengan nilai produk	18	
Kepuasan Pelanggan (Y) Fandy Tjiptono (2014:353),	Minat berkunjung kembali	Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan	19	
	Kesesuaian harapan	Pelayanan karyawan sesuai yang diharapkan	20	
	Kesediaan merekomendasikan		Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan	21
			Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.	22

3.6. Uji instrumen penelitian/uji kualitas data

Dalam analisis penelitian ini, langkah pertama yang dilakukan penulis adalah pengukuran dan pengujian kuesioner. Kuesioner atau hipotesis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *reliability* (tingkat keandalan) dan *validity* (tingkat kesahihan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

a. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen penelitian yang telah dibuat disebarkan pada 100 orang pelanggan Savama Laundry Utan Kayu Jakarta Timur. Kemudian data yang diperoleh, ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan Metode *Construct Validity* dengan menggunakan korelasi sederhana (r_{hitung}), yaitu dengan cara mengkorelasikan antara skor faktor dengan skor total. Instrumen pertanyaan dikatakan valid apabila mempunyai hasil korelasi yang besarnya lebih dari 0,30.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pernyataan yang sudah valid, pengujian reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrument memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat kehandalan dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk menguji reliabilitas suatu instrument penelitian, instrument dapat dilakukan dengan uji *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau instrumen variabel penelitian ini dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$, atau dengan kata lain instrumen dikatakan reliabel jika (r_i 0,60) atau (r_i . r_b) Ghazali (2014: 133).

3.7. Analisis statistik data

Metoda analisis statistik data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis (parsial dan simultan).

1. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Imam Ghozali (2009) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi-variabel independen dalam menjelaskan variasi-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Guna mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus.

2. Koefisien Determinasi

Menurut Imam Ghozali (2009) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen yaitu lokasi, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga. Dalam menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel idenpenden memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (*idependent*) terhadap variabel terikat (*dependent*) secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

- 1) Determinasi parsial X_1 terhadap Y (X_2 , X_3 , dan X_4 konstan)

$$KD_{1.234} = r_{Y1.234}^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.4)$$

- 2) Determinasi parsial X_2 terhadap Y (X_1 , X_3 , dan X_4 konstan)

$$KD_{2.134} = r_{Y2.134}^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.5)$$

- 3) Determinasi parsial X_3 terhadap Y (X_1 , X_2 , dan X_4 konstan)

$$KD_{3.124} = r_{Y3.124}^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.6)$$

- 4) Determinasi parsial X_4 terhadap Y (X_1 , X_2 , dan X_3 konstan)

$$KD_{4.123} = r_{Y4.123}^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.7)$$

- 5) Determinasi berganda X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap Y

$$KD_{1234} = r_{Y1234}^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.8)$$

3. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan untuk mengukur adanya pengaruh Lokasi (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Kualitas Produk (X_3), dan Harga (X_4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), yang mana pengujian hipotesis terhadap ρ merupakan unsur utama pembentuk KD. Keputusan dari uji hipotesis hampir selalu dibuat berdasarkan pengujian hipotesis nol. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

- 1) Pengujian hipotesis secara parsial

- a. Pengaruh X_1 (Lokasi) terhadap Y (kepuasan Pelanggan)

$H_0 : \rho_1 = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan)

$H_a : \rho_1 \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan)

- b. Pengaruh X_2 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (kepuasan Pelanggan)

$H_0 : \rho_2 = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan)

$H_a : \rho_2 \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan)

- c. Pengaruh X_3 (Kualitas Produk) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan)

$H_0 : \rho_3 = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan)

$H_a : \rho_3 \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan)

d. Pengaruh X_4 (Harga) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan)

$H_o : \rho_4 = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan)

$H_a : \rho_4 \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan)

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial, dilihat dari *significance t* dibandingkan dengan taraf nyata (α) yang digunakan sebesar ($5\% = 0,05$) dengan kriteria:

H_o ditolak, jika *significance t* $< 0,05$

H_o diterima, jika *significance t* $\geq 0,05$

2) Pengujian Hipotesis Secara Simultan

$H_o : \rho_1, \rho_2, \rho_3, \rho_4 = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh antara lokasi, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap loyalitas pelanggan)

$H_a : \rho_1, \rho_2, \rho_3, \rho_4 \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh antara kualitas lokasi, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan)

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel terikat secara simultan, dilihat dari nilai *significance f* dibandingkan dengan taraf nyata (α) yang digunakan sebesar ($5\% = 0,05$) untuk menentukan daerah kritis. Kriteria:

H_o ditolak, jika *significance f* $< 0,05$

H_o diterima, jika *significance f* $\geq 0,05$