

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1 Lokasi dan waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sekolah musik Purwacaraka yang terletak di Jl. Cempaka Putih Tengah No.20 E, Jakarta Pusat. Penelitian ini dilakukan kurang lebih 4 bulan, dimulai dari Akhir Februari hingga Mei 2015.

3.2 Strategi dan Metode Penelitian

3.2.1 Strategi Penelitian

Strategi Penelitian yang dilakukan ini adalah strategi asosiatif yaitu strategi penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih. Dimana penelitian ini bertujuan memberi penjelasan apakah terdapat hubungan antara variabel X_1 (citra merek) X_2 (harga) X_3 (kualitas pelayanan) dengan variable Y (kepuasan konsumen). Sedangkan analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan metode statistika.

3.2.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survey sample yaitu teknik pengumpulan dan analisis data dengan mencari opini atau pendapat dari subjek yang diteliti (responden) dengan menggunakan kuesioner yang bersifat tertutup. Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan korelasional, yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya serta kuat atau lemahnya hubungan antar variabel-variabel yang diteliti.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah Sekelompok Orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah murid-murid yang masih aktif belajar musik di Purwacaraka Musik Studio Cabang Cempaka Putih.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Berdasarkan populasi yang berjumlah 300 orang, maka dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi. Penelitian ini mengambil sampel Murid murid Purwacaraka Musik Studio yang masih aktif ditahun 2015. Untuk menentukan sampel penelitian, maka dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, Penentuan Ukuran Sampel dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan :

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah sampel

e = *Margin of error* atau kesalahan maksimum adalah 10 %.

Peneliti mengambil populasi (N) sebanyak 300 konsumen dengan asumsi tingkat kesalahan maksimum = 10%, maka jumlah sampel (n) adalah

$$n = \frac{300 \text{ murid}}{1 + 300 (0,10)^2}$$

$$n = 100 \text{ murid}$$

3.4 Unit Analisis Penelitian

Unit analisis penelitian ini adalah pelanggan atau murid-murid yang aktif di Sekolah Musik Purwacaraka sebagai unit analisis dalam penelitian, karena dapat memberi tanggapan atau respon tentang sejauh mana hubungan antara citra merek, harga, kualitas pelayanan, terhadap kepuasan pelanggan pada Purwacaraka Musik Studio.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Riset pustaka

Riset pustaka digunakan untuk memperoleh data primer dengan membaca dan mempelajari buku buku ilmiah dari beberapa pengarang yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

2. Riset Lapangan

Pengambilan data digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari yang menjadi obyek penelitian, yaitu Pelanggan atau murid-murid di Sekolah Musik Purwacaraka di wilayah Cempaka Putih Tengah No.20 E Jakarta Pusat. menggunakan teknik pengumpulan data Kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dimintai jawabannya.

3.7 Instrumen Pengumpulan data dan Pengujian Instrumen

Instrumen Pengumpulan data yang dipilih dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila perlu peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Untuk menilai sikap dan persepsi responden tentang kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan, dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Jawaban setiap item instrument memiliki bobot nilai seperti tercantum pada Tabel 3.1. berikut ini :

Tabel 3.1. Skor dalam Skala Likert

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu ragu	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2008)

Responden langsung dapat memilih jawaban yang tersedia. Penelitian terhadap pernyataan diberikan bobot nilai 5 untuk penilaian sangat setuju, bobot nilai 4 untuk penilaian setuju, bobot nilai 3 untuk penilaian ragu - ragu bobot nilai 2 pada penilaian tidak setuju dan bobot nilai 1 pada penilaian sangat tidak setuju.

Selanjutnya data diperoleh dengan menggunakan pengambilan data sekunder, dimana hasil data analisis dipresentasikan dalam bentuk tabel dianalisis berdasarkan variabel citra merek, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Sebelum peneliti membuat pertanyaan untuk di sebarakan melalui kuesioner, maka peneliti membuat indikator-indikator penelitian untuk variabel yang akan di teliti. Berikut merupakan indikator penelitian pada Tabel 3.2 :

Tabel 3.2. Indikator dan Sub Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Citra Merek (X ₁)	Fasilitas Fisik	Penampilan fisik studio musik	1
		Fasilitas yang memadai	2
	Layanan Karyawan	Layanan Etika	3
		Cepat tanggap	4
	Kualitas dan Keterandalan produk	Kualitas musik	5
		Keterandalan musik	6
	Harga	Persepsi harga	7
		Sensitifitas harga	8
	Iklan	Kesesuaian fasilitas fisik dengan kenyataan	9
		Kesesuaian harga iklan dengan kenyataan	10
Harga (X ₂)	Keterjangkauan harga	Hemat	1
		Terjangkau	2
		Murah	3
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas pendidikan yang didapatkan pelanggan	4
		Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas guru yang didapatkan pelanggan	5
		Perbandingan kualitas berdasarkan harga	6
	Daya saing harga	Perbandingan harga	7
		Perbandingan kualitas produk berdasarkan harga	8
		Perbandingan kuantitas produk berdasarkan harga	9
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Manfaat	10
		Keuntungan	11
		Hadiah atau bonus	12
Kualitas Pelayanan (X ₃)	Bentuk fisik	Penampilan fasilitas secara fisik	1
		Lokasi yang strategis	2
		Kebersihan dan kerapihan restoran dan karyawan	3
	Kehandalan	Ketepatan waktu	4
		Transaksi yang tepat	5
		Transaksi yang cepat	6
	Daya Tangkap	Kesediaan membantu pelanggan	7
		Tanggapan yang cepat terhadap keluhan pelanggan	8
		Kesigapan karyawan melayani	9
	Jaminan	Pengetahuan yang dimiliki karyawan	10
		Keterampilan yang dimiliki karyawan	11
		Perilaku karyawan	12

	Empati	Perhatian yang diberikan kepada pelanggan	13
		Memahami kebutuhan pelanggan	14
		Memenuhi keinginan pelanggan	15
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas Produk	Kualitas pendidikan	1
		Keahlian pengajar	2
	Kualitas Pelayanan	Kecepatan pelayanan	3
		Kemudahan pelayanan	4
	Emosional	Kebanggaan	5
		Percaya diri	6
	Harga	Terjangkau	7
		Bersaing	8
	Biaya	Lokasi studio musik strategis	9
		Keberadaan studio musik	10

Sumber : Kotler (2009), Tjiptono (2009)

Dalam Pengujian instrument, menurut Assauri (2010) instrument yang baik harus valid dan reliable. Berikut ini dikemukakan cara pengujian validitas dan reabilitas instrument yang akan digunakan untuk penelitian.

1. Uji Validitas instrumen

Sebelum digunakan, terhadap instrument penelitian perlu di uji validitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan atau kecermatan suatu instrument penelitian. Instrument penelitian telah dibuat disebarkan kepada pelanggan atau murid-murid di Sekolah musik Purwacaraka. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi, yaitu suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan dengan skor total, atau jika nilai koefisien korelasi skor (rhitung) minimal sama dengan 0,3 (nilai rkritis). Sebaliknya, jika nilai koefisien korelasi lebih kecil dari 0,3 maka instrument penelitian dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrument ini menggunakan internal consistency dengan teknik belah dua (split half) dengan jalan mengelompokkan skor-skor menjadi dua bagian yaitu item ganjil dan item genap, sebagai berikut :

$$r_i = \frac{2.r_b}{1+r_b}$$

Adapun nilai r_b diperoleh dengan rumus:

$$r_b = \frac{n \sum X_1 X_2 - (\sum X_1)(\sum X_2)}{\sqrt{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(n \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2)}}$$

Keterangan :

- r_i = Reliabilitas Instrumen
- r_b = Koefisien korelasi sederhana antara butir ganjil dengan butir genap yang telah dinyatakan valid masing-masing variabel (variabel citra merek, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen)
- X_1 = Data butir genap yang dinyatakan valid untuk masing-masing variabel (variabel citra merek, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen)
- X_2 = Data butir ganjil yang dinyatakan valid untuk masing-masing variabel (variabel citra merek, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen)

Selanjutnya, Sugiyono mengemukakan bahwa instrumen penelitian dikatakan reliabel, jika nilai r_i sebesar 0,6 atau lebih.

3.8 Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dan telah diolah atau disortir akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi dan pengujian hipotesis.

3.8.1 Pengolahan data

Data yang diperoleh setelah itu diolah dengan menggunakan pengolahan data software SPSS versi 19. Software SPSS digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya cepat dan tepat.

3.8.2 Penyajian Data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

3.8.3 Analisis Statistik Data

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

1. Analisis koefisien korelasi

Nilai koefisien korelasi berkisar dari -1 sampai 1. Interpretasi bagi nilai koefisien korelasi (r) tertentu yang terdapat dalam tabel 3.2.

Tabel 3.2. 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 – 0,1000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (2009)

Dengan demikian, jika nilai r mendekati 0 maka hubungan ketiga variabel semakin lemah sebaliknya, jika nilai r semakin jauh dari 0 berarti hubungan ketiga variabel semakin kuat.

a. Analisis koefisien korelasi parsial

Analisis koefisien korelasi parsial merupakan alat analisis yang dapat digunakan apabila dalam suatu penelitian terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial dihitung untuk mengetahui

hubungan antara variabel bebas tertentu terikat dengan asumsi variable bebas lainnya konstan.

Korelasi parsial antara X_1 dengan Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$r_{Y1.23} = \frac{r_{Y1} - ((r_{Y2})(r_{Y3})(r_{Y123}))}{\sqrt{(1 - (r_{Y2})^2)(1 - r_{Y3})^2(1 - (r_{Y123})^2)}}$$

Korelasi parsial antara X_2 dengan Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$r_{Y2.13} = \frac{r_{Y2} - ((r_{Y1})(r_{Y3})(r_{Y123}))}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2)(1 - r_{Y3})^2(1 - (r_{Y123})^2)}}$$

Korelasi parsial antara X_3 dengan Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$r_{Y3.12} = \frac{r_{Y3} - ((r_{Y1})(r_{Y2})(r_{Y123}))}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2)(1 - r_{Y2})^2(1 - (r_{Y123})^2)}}$$

Keterangan :

r_{Y1} = Koefisien korelasi sederhana antara X_1 dengan Y

$$= \frac{\sum X_{1i}Y_i}{\sqrt{\sum X_{1i}^2} \sqrt{\sum Y_i}}$$

r_{Y2} = Koefisien korelasi sederhana antara X_2 dengan Y

$$= \frac{\sum X_{2i}Y_i}{\sqrt{\sum X_{2i}^2} \sqrt{\sum Y_i}}$$

r_{Y3} = Koefisien korelasi sederhana antara X_3 dengan Y

$$= \frac{\sum X_{3i}Y_i}{\sqrt{\sum X_{3i}^2} \sqrt{\sum Y_i}}$$

r_{123} = Koefisien korelasi sederhana antara X_1 , X_2 dan X_3

$$= \frac{\sum X_{1i}X_{2i}X_{3i}}{\sqrt{\sum X_{1i}^2} \sqrt{\sum X_{2i}^2} \sqrt{\sum X_{3i}^2}}$$

r = Koefisien korelasi

$$X_{1i} = X_{1i} - \bar{X}_1$$

= Selisih skor variabel citra merek butir i (X_{1i}), dengan rata-rata skor variabel citra merek (\bar{X}_1)

$$X_{2i} = X_{2i} - \bar{X}_2$$

= Selisih skor variabel harga i (X_{2i}), dengan rata-rata skor variabel harga (\bar{X}_2)

$$X_{3i} = X_{3i} - \bar{X}_3$$

= Selisih skor variabel kualitas pelayanan butir i (X_{3i}), dengan rata-rata skor variabel kualitas pelayanan (\bar{X}_3)

\bar{X}_1 = Rata-rata skor variabel citra merek (X_1)

$$= \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{1i}$$

\bar{X}_2 = Rata-rata skor variabel harga (X_2)

$$= \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{2i}$$

\bar{X}_3 = Rata-rata skor variabel kualitas pelayanan (X_3)

$$= \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{3i}$$

\bar{Y} = Rata-rata skor variabel kepuasan konsumen (Y)

$$= \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n Y_i$$

b. Analisis koefisien korelasi berganda

Analisis koefisien korelasi berganda merupakan alat tukur untuk mengetahui pertautan antara satu variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara serentak.

$$r_{y123} = \sqrt{\frac{(r_{Y1})^2 + (r_{Y2})^2 + (r_{Y3})^2 - 2(r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123})}{1 - (r_{123})^2}}$$

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis terhadap ρ digunakan untuk memeriksa hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dan simultan. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian adalah

a. Pengujian parsial

1) Hubungan X_1 dengan Y

$H_0 : \rho_1 \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Citra Merek dengan kepuasan pelanggan).

$H_0 : \rho_1 > 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Citra Merek dengan kepuasan pelanggan)

2) Hubungan X_2 dengan Y

$H_0 : \rho_2 \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan kepuasan konsumen).

$H_0 : \rho_2 > 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan kepuasan konsumen).

3) Hubungan X_3 dengan Y

$H_0 : \rho_3 \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen).

$H_0 : \rho_3 > 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dan terikat secara parsial, dilihat dari P-value dibandingkan dengan taraf nyata α ($5\% = 0,05$). Kriteria pengujiannya adalah :

Ho ditolak , jika $P\text{-value} < 0,05$ dan

Ho diterima, jika $P\text{-value} \geq 0,05$

b. Pengujian Simultan

Pengujian simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak atau bersama.

Ho : $\rho_1, \rho_2, \rho_3 \leq 0$ (secara simultan tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek, harga, dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan).

Ho : $\rho_1, \rho_2, \rho_3 > 0$ (secara simultan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek, kualitas harga, kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan dilihat dari nilai *significance* F dibandingkan dengan taraf nyata ($5\% = 0,05\%$). Kriteria pengujiannya adalah :

Ho ditolak, jika $P\text{-Value} < 0,05$ dan

Ho diterima, jika $P\text{-Value} > 0,05$