

## **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 :

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

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

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

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 ditunjukan 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**

| <b>No.</b> | <b>Alternatif Jawaban</b> | <b>Nilai Skor</b> |
|------------|---------------------------|-------------------|
| 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 mengkorelasikan 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 korelasi 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  $\rho$  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 tingkat 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 ( $\alpha$ ) atau tingkat keyakinan ( $1-\alpha$ )

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

3. Kriteria pengujian

$H_0$  ditolak, jika Signifikan  $F < 0,1$

$H_0$  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