

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Industri Kerajinan Manding.

3.2 Variabel dan Definisi Operasional variabel

3.2.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010).

Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini variabel independen adalah kualitas layanan (X1) dan kualitas produk (X2)
2. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y)

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel dan definisi operasional variable digunakan untuk memudahkan penelitian dan membuat persamaan persepsi tentang variable yang digunakan.

3.2.2.1 Kualitas Pelayanan

Variabel independen dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Yamit (2013) mengenai dimensi kualitas pelayanan yaitu :

a. Bukti Langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi, misalnya kenyamanan ruang tunggu, teknologi yang sudah dimiliki, Kondisi gedung yang bersih. Indikato-indikator variabel ini adalah sebagai berikut :

1. Kebersihan ruangan
2. Fasilitas pendukung
3. Kenyamanan ruang tunggu
4. Kebersihan dan kerapian karyawan

b. Keandalan (*Reliability*), kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.

Indikato-indikator variabel ini adalah sebagai berikut :

1. Prosedur pemesanan yang sederhana
2. Jam operasional toko yang panjang
3. Kesesuaian kualitas produk dengan yang ditawarkan
4. Pelayanan yang maksimal

c. Daya Tangap (*Responsiveness*), merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Indikato-indikator variabel ini adalah sebagai berikut:

1. Kecepatan pelayanan
2. Ketanggapan karyawan
3. Karyawan yang siap membantu kebutuhan konsumen

4. Karyawan yang mampu menyediakan informasi untuk konsumen

d. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan. Indikator-indikator variabel ini adalah:

1. karyawan yang profesional dibidangnya
 2. produk tahan lama
 3. Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap konsumen
 4. Jika ada produk cacat disiapkan penggantinya
5. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan. Indikator-indikator variabel ini adalah :
1. Pelayanan yang sama pada setiap konsumen
 2. Karyawan yang sopan
 3. Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik
 4. Karyawan yang mengutamakan kepentingan konsumen

3.2.2.2 Kualitas Produk

Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. Dimensi kualitas produk menurut David Garvin (dalam Yamit, 2013):

- a. Performance, yaitu karakteristik pokok dari produk inti, meliputi kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan produk tersebut.

- b. Feature, yaitu karakteristik pelengkap atau tambahan berguna untuk menambah fungsi dasar.
- c. Realibility, yaitu hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula
- d. Conformance, yaitu ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, suatu produk dituntut untuk tidak adanya kecacatan dalam produk.
- e. Durability, yaitu berupa lama produk dapat terus digunakan.
- f. Serviceability, Meliputi kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk keluhan produk.
- g. Estetika, penilaian subyektif bagaimana penampilan produk dilihat dari tampak, rasa, dan daya tarik produk.
- h. Perceived quality, yaitu menyangkut citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan (Yamit,2013). Adapun indikator-indikator kepuasan pelanggan adalah :

1. Kepuasan terhadap produk
2. Kepuasan terhadap pelayanan
3. Kepuasan terhadap biaya

Penilaian masing-masing jawaban responden dilakukan dengan skala Likert lima point yang terdiri dari sangat setuju, setuju, biasa-biasa, kurang setuju, dan tidak setuju. Kelima penilaian tersebut diberi bobot sebagai berikut :

- | | |
|--------------------------------|----------------|
| a. Jawaban sangat setuju | diberi bobot 5 |
| b. Jawaban setuju | diberi bobot 4 |
| c. Jawaban biasa-biasa | diberi bobot 3 |
| d. Jawaban tidak setuju | diberi bobot 2 |
| e. Jawaban sangat tidak setuju | diberi bobot 1 |

3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang dipakai penulis dalam penelitian ada yaitu data primer. Data primer adalah data yang dipergunakan berupa data ekstern primer yang diperoleh secara langsung dari responden dengan cara riset atau penelitian lapangan. Untuk memperoleh data ini digunakan metode kuisisioner. Data yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah data khusus yang berupa jawaban dari responden atas pertanyaan peneliti, data khusus ini biasa disebut dengan kuisisioner. Data primer yang dibutuhkan adalah :

1. Data karakteristik responden

Meliputi data jenis kelamin, penghasilan, umur, dan tingkat pendidikan

2. Data mengenai jawabab responden mengenai kualitas layanan (*reliability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangibles*) dan kepuasan konsumen.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Sentra Industri Kerajinan Kulit Manding.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari penelitian yang dilakukan dengan mengambil populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili seluruh populasi (Sugiyono, 2011). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini, maka jumlah sampel yang akan diteliti mengikuti rumus di bawah ini (Djarwanto & Subagyo, 1993) :

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{Z \frac{1}{2} \alpha}{E} \right)^2$$

Dimana:

n : Jumlah sampel

$Z \frac{1}{2} \alpha$: Batas luar daerah. Nilai $Z \frac{1}{2} \alpha$ adalah sebesar 1,96. Angka ini didapat dari tabel *t*, karena pada kondisi dimana nilai deviasi standar rata-rata tidak diketahui. Maka tabel-tabel tidak

berdistribusi normal langsung sehingga untuk jumlah populasi yang tidak terbatas atau yang berjumlah besar akan mengikuti nilai *tabel Z*.

E : Kesalahan maksimum yang mungkin dialami.

Dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5% dan kesalahan maksimum yang mungkin dialami (E) adalah sebesar 10% sedangkan deviasi standar rata-ratanya tidak diketahui, maka besarnya sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2 = 96,04$$

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel menjadi 96 orang.

3.5 Validitas Dan Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Validitas dinyatakan sejauh mana data yang ditampung untuk mengukur apa yang diukur ke tingkat validannya dalam penelitian (Ghozali, 2015). Dalam pengujiannya melakukan uji skala pengukur pada sejumlah responden, minimal 30 orang maka distribusi skor akan lebih mendekati kurve normal. Lalu mempersiapkan tabulasi jawaban. Uji validitas dengan metode ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor jawaban yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor total dari keseluruhan item. Hasil korelasi tersebut harus signifikan berdasarkan ukuran statistic tertentu dengan menetapkan taraf α sebesar 5%. Setiap item dikatakan valid jika memiliki nilai korelasi lebih besar dari r_{table} $n=30$ dan $\alpha=5\%$ atau $r_{hitung} > r_{table}$ (Ghozali, 2013).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih (Ghozali, 2013). Dalam setiap penelitian adanya kesalahan pengukuran ini cukup besar. Karena itu, untuk mengetahui hasil pengukuran yang sebenarnya, kesalahan pengukuran itu sangat diperhitungkan. Dalam penelitian ini dilakukan pengujian reliabilitas dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha (α). Suatu butir pertanyaan dinyatakan *reliable* manakala koefisinsi $\alpha \geq 0,6$ (Ghozali, 2013).

3.6 Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan profil Sentra Industri Kerajinan Kulit Manding berdasarkan karakteristik responden. Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi data jenis kelamin, umur, dan tingkat pendidikan.

3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen/terikat dan jika variabel bebas/independen yang terlibat lebih dari satu variabel. Jadi analisis regresi linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Model dalam analisis regresi berganda ini adalah:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = kepuasan konsumen

b = koefisien regresi dari variabel X

X₁ = kualitas layanan

X₂ = kualitas produk

3.6.3 Uji Hipotesis

3.6.3.1 Uji Hipotesis dengan Uji Serentak (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas layanan dan biaya secara bersama-sama/keseluruhan terhadap kepuasan konsumen. Model ini digunakan untuk membuktikan kelayakan model penelitian maka digunakan uji F, yaitu untuk menguji kebenaran koefisien regresi. Menurut Hasan (2006) Uji serentak yaitu uji statistik bagi koefisien regresi yang serentak atau bersama-sama memengaruhi Y. Prosedur uji statistiknya adalah sebagai berikut, (Hasan, 2006) :

1. Menentukan formulasi hipotesis

H₀ : Tidak ada pengaruh X terhadap Y

H₁ : ada pengaruh X terhadap Y

2. Menentukan taraf nyata (α) dan F tabel

- Taraf nyata yang digunakan biasanya 5% (0,05) atau 1% (0,01)
- Nilai F tabel memiliki derajat bebas

3. Menentukan kriteria pengujian

H₀ diterima (H₁ ditolak) apabila $F_0 \leq F_\alpha$

H₀ ditolak (H₁ diterima) apabila $F_0 > F_\alpha$

4. Menentukan nilai uji statistik

5. Membuat kesimpulan

Menyimpulkan H_0 diterima atau ditolak

3.6.3.2 Uji Hipotesis dengan Uji parsial (Uji t)

Untuk menguji hipotesis kedua dengan uji t yaitu adanya pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Prosedur uji statistiknya adalah sebagai berikut, (Hasan,2006):

1. Menentukan formulasi hipotesis

$H_0 : B = B_0$ (tidak ada hubungan antara X dan Y)

$H_1 : B > B_0$ (ada hubungan positif antara X dan Y)

$H_1 : B < B_0$ (ada hubungan negatif antara X dan Y)

$H_2 : B \neq B_0$ (ada hubungan antara X dan Y)

2. Menentukan taraf nyata (α) dan t tabel

- Taraf nyata yang digunakan biasanya 5% (0,05) atau 1 % (0,01) untuk uji satu arah dan 2,5 (0,025) atau 0,5% (0,005) untuk uji dua arah.

- Nilai t tabel memiliki derajat bebas

3. Menentukan kriteria pengujian

1) Untuk H_0 : Tidak ada hubungan positif antara X_i dan Y

H_1 : Ada hubungan positif antara X_i dan Y

H_0 diterima (H_1 ditolak) apabila $t_0 \leq t_\alpha$

H_0 ditolak (H_1 diterima) apabila $t_0 > t_\alpha$

2) Untuk H_0 : Tidak ada hubungan negatif antara X_i dan Y

H_1 : Ada hubungan negatif antara X_i dan Y

H_0 diterima (H_1 ditolak) apabila $t_0 \geq -t_\alpha$

H_0 ditolak (H_1 diterima) apabila $t_0 < -t_\alpha$

3) Untuk H_0 : Tidak ada hubungan antara X_i dan Y

H_1 : Ada hubungan antara X_i dan Y

H_0 : diterima (H_1 ditolak) apabila $-t_{\alpha/2} \leq t_0 \leq t_{\alpha/2}$

H_0 ditolak (H_1 diterima) apabila $t_0 > t_{\alpha/2}$

4. Menentukan nilai uji statistik

5. Membuat kesimpulan

Menyimpulkan H_0 diterima atau ditolak

3.6.3.3 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Uji R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independennya. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen sangat terbatas.

Nilai R^2 diperoleh dari output hasil regresi. Jika $R^2 = 1$, berarti suatu kecocokan yang sempurna. Jika $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Semakin besar nilai R^2 maka semakin baik model untuk digunakan.