

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian eksplanatori yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis hasil penelitian yang telah ada. Melalui penelitian ini dapat diketahui hubungan antara dua variable atau lebih baik pola, arah, sifat, bentuk, maupun kekuatan hubungannya.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai tempat penelitian adalah Lembaga Bimbingan Belajar di daerah Kotabaru Kotamadya Yogyakarta

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **a. Populasi**

Sekaran (2006:121) menjelaskan bahwa populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin diinvestigasi oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Lembaga Bimbingan Belajar di daerah Kotabaru Kotamadya Yogyakarta

##### **b. Sampel**

Sekaran (2006:122) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi dan terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi.

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan

peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2005:74).

Adapun teknik sampling yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2005:74). Adapun teknik untuk menentukan jumlah sampel dapat menggunakan Rumus Slovin (Wijaya, 2013:29), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n : Sampel

N : Populasi

e : Error sampel

Dalam penelitian ini peneliti berasumsi bahwa tingkat ketelitian responden sebesar 90% dengan prosentase tingkat kesalahan (e) sebesar 10%. Jumlah populasi konsumen lembaga bimbingan belajar di daerah Kotabaru Yogyakarta sebanyak 3000 orang, yang terdiri dari SSC Intersolusi (900 siswa), Ganesha Operation (1000 siswa), Neutron (800 siswa), Quantum (200 siswa), dan Master (100 siswa). Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{3000}{1 + (3000 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{3000}{1 + (3000 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{3000}{1 + 30}$$

$$n = \frac{3000}{31}$$

$$n = 96,77$$

Dari perhitungan jumlah sampel tersebut diperoleh hasil sebesar 96,77 atau dibulatkan menjadi 100 orang .

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Dilihat dari segi cara memperolehnya, maka penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu:

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari subyek dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang digunakan dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu

##### a. Quesioner

yaitu metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer dengan cara membuat suatu daftar pertanyaan yang secara sistematis dengan tujuan mendapatkan data yang diinginkan dan diedarkan kepada responden untuk dijawab

## F. Variabel Penelitian

- a. Variabel Independent (X) Service Quality ( $X_1$ )
- b. Variabel Antara yaitu Customer Satisfaction ( $Y_1$ )
- c. Variabel Dependent yaitu Word of Mouth ( $Y_2$ )

## G. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai definisi variabel-variabel yang akan digunakan, baik variabel dependen maupun variabel independen, sehingga nantinya tidak menghasilkan data yang bias yang bisa membuat interpretasi data yang bias (Bawono, 2006:27).

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

- a. Service Quality ( $X_1$ ) adalah skala berbagai item secara singkat dengan keandalan dan validitas baik yang dapat digunakan oleh pengecer untuk memahami lebih baik pelayanan yang diharapkan dan dipersepsikan oleh konsumen dan sebagai hasilnya meningkatkan pelayanan. Service Quality disini adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta. Sementara itu, menurut Abdullah, Firdaus (2006:569), bahwa service quality di dunia pendidikan adalah *Higher Education Performance(HedPERF)*. Hedperf ini menggunakan 6 atribut yaitu non academic, academic, reputation, access, programme, dan understanding. Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap pelayanan jasa yang bersifat intangible, menurut Abdullah, Firdaus (2006:569)

konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut:

1. Aspek non Akademik, meliputi item yang memungkinkan siswa memenuhi kewajiban studi mereka, dalam hal ini berkaitan dengan tugas – tugas staf non akademik.
  2. Aspek Akademik, yakni item yang menggambarkan tugas dan tanggung jawab akademik.
  3. Reputasi, yaitu pentingnya lembaga pendidikan dalam memproyeksikan citra profesional
  4. Akses, berhubungan dengan isu – isu seperti kedekatan, kemudahan kontak, ketersediaan, dan kemudahan dalam segala hal.
  5. Program, faktor ini menekankan pentingnya menawarkan program yang luas cakupannya, trend maupun spesifik dengan struktur dan silabus yang fleksibel.
  6. Pemahaman, hal ini berkaitan dengan memahami kebutuhan spesifik siswa dalam hal konseling dan pelayanan kesehatan
- b. Kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) menurut Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000;104) menyebutkan bahwa kepuasan sebagai evaluasi pelanggan terhadap barang atau jasa dalam hubungannya dengan apakah barang atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapannya. Kepuasan dapat juga diasosiasikan dengan perasaan senang (*pleasure*) terhadap jasa. Selanjutnya beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan adalah

1. Rasa Senang

Rasa senang menunjukkan sejauh mana para konsumen tersebut merasa senang dengan pengalaman belajar di bimbingan belajar

2. Kepuasan Terhadap Pelayanan

Kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan dan pengajar bimbingan belajar

3. Kepuasan Terhadap Sistem

Kepuasan terhadap sistem menunjukkan sejauh mana kecepatan dan kemudahan sistem pelayanan yang disediakan oleh bimbingan belajar memberikan kepuasan kepada konsumennya

4. Kepuasan Finansial

Kepuasan Finansial adalah kepuasan secara finansial terhadap biaya – biaya yang dikeluarkan selama menggunakan jasa

c. Word of Mouth ( $Y_2$ ) adalah komunikasi tentang produk dan jasa antara orang-orang yang dianggap independen oleh perusahaan penyedia produk atau layanan (Raluca,2014:38). Word of Mouth disini adalah word of mouth antara konsumen lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta dengan orang lain. Model WOM di sini mengandung dua set variabel yaitu

- 1) Variabel Intrapersonal, yaitu proses yang berhubungan dengan mencari input dan output WOM, meliputi

- i. Pengalaman pelanggan

- ii. Puas dan tidak puas

- iii. Senang dan tidak senang
  - iv. Keuntungan dan kerugian
  - v. Memadai dan tidak memadai
- 2) Variabel Ekstrapersonal, yaitu kondisi konstektual yang mempengaruhi pencarian input dan output WOM yang meliputi
- i. Budaya
  - ii. Jaringan Sosial
  - iii. Dorongan
  - iv. Iklim usaha

## H. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain (Sugiyono, 2005:86):

Sangat Setuju	diberi Skor 5
Setuju	diberi Skor 4
Ragu-ragu	diberi Skor 3
Tidak Setuju	diberi Skor 2
Sangat Tidak Setuju	diberi Skor 1

Adapun alternatif jawaban skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Sangat Setuju (SS)                      diberi Skor 6

Setuju (S)                                      diberi Skor 5

Agak Setuju (AS)                          diberi Skor 4

Agak Tidak Setuju (ATS)                diberi Skor 3

Tidak Setuju (TS)                          diberi Skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS)                diberi Skor 1

## I. Uji Instrumen Penelitian

### a. Uji Validitas

Validitas merupakan proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya. Semakin kecil varians kesalahan, semakin valid alat ukurnya (Wijaya, 2013:17). Alat pengukur yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Korelasi *Product Moment*. Dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  maka kuesioner sebagai alat ukur dikatakan valid (Bawono, 2006:69).

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solution (SPSS) for Windows* versi 17.0.



## b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan proses pengukuran yang menunjukkan suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif sama jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subyek yang sama. Semakin kecil perbedaan hasil yang diperoleh, semakin andal tesnya. Ukuran reliabilitas biasanya menggunakan koefisien Alpha atau metode *Cronbach Alpha* (Wijaya, 2013:17-18).

Jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  maka alat pengukur yaitu kuesioner dikatakan reliabel atau andal (Bawono, 2006:64).

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solution (SPSS) for Windows* versi 17.0. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$  (Bawono, 2006:68).

## J. Metode Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk membuktikan kebenaran hipotesis dan sekaligus untuk mencapai tujuan penelitian yang sudah tercantum diawal.

Terdapat 2 macam metode analisis data, yaitu :

### 1. Analisis Deskriptif

#### a. Verifikasi Data

Verifikasi data yaitu dengan memeriksa kembali kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk memastikan apakah

semua pertanyaan sudah dijawab dengan lengkap oleh responden

b. Menghitung Nilai Jawaban

Menghitung nilai rata – rata jawaban responden dengan menggunakan rumus

$$X = \frac{\sum X_i}{n}$$

X = Mean (rata - rata)

$\sum X_i$  = Jumlah Harga Seluruh Data

n = Jumlah data

Memprosentasekan dari setiap variabel bertujuan untuk mengetahui kecenderungan umum jawaban responden terhadap variabel. Angka prosentase variabel ini dihitung dengan menggunakan rumus berikut

$$\text{Interval} = \frac{\text{skor maksimum} - \text{skor minimum}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{6 - 1}{6} = 0,83$$

Kemudian nilai prosentase dimasukkan ke dalam kriteria sebagai berikut

1,00 – 1,83 = sangat tidak setuju / sangat lemah

1,83 – 2,66 = tidak setuju / lemah

2,66 – 3,49 = agak tidak setuju / agak lemah

3,49 – 4,32 = agak setuju / agak kuat

4,32 – 5,15 = setuju / kuat

5,15 – 6,00 = sangat setuju / sangat kuat

## 2. Analisis Kuantitatif

Dalam analisis data kuantitatif ini, data yang ada akan diuji dengan memakai alat uji regresi linier berganda. Regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen (Wijaya, 2013:62). Adapun persamaan regresinya sebagai berikut (Wijaya, 2013:57) :

$$Y_1 = a + b_1X_1$$

$$Y_2 = a + b_1X_1 + Y_1$$

Keterangan :

$Y_2$  = Variabel terikat (dependen)

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi variabel bebas

$X_1$  = Variabel service quality (independen)

$Y_1$  = Variabel customer satisfaction (Variabel Antara)

Penarikan simpulan dilakukan dengan dua cara yaitu secara parsial, dengan melihat tingkat signifikansi masing-masing variabel independen dan besarnya pengaruh dilihat dari koefisien regresi masing-masing variabel independen. Sedangkan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama (serentak) maka dilakukan analisis secara simultan dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) model (Azwar, 2000) dalam (Wijaya, 2013:127).

## K. Uji Hipotesis

### a. Uji-t (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji-t statistik untuk masing-masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan tertentu (Bawono, 2006:89).

Langkah-langkah pengujiannya adalah :

#### 1) Menentukan hipotesis

Ho : Artinya secara parsial variabel independen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Ha : Artinya secara parsial variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Langkah-langkah pengujiannya untuk customer satisfaction adalah

#### Menentukan hipotesis

Ho : Artinya secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan (X) terhadap Customer Satisfaction ( $Y_1$ ) lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta

Ha : Artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan (X) terhadap Customer Satisfaction ( $Y_1$ ) lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta.

Langkah-langkah pengujiannya untuk word of mouth adalah

#### Menentukan hipotesis

Ho : Artinya secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan (X) dan Customer Satisfaction (Y<sub>1</sub>) terhadap word of mouth lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta

Ha : Artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan (X) dan Customer Satisfaction (Y<sub>1</sub>) terhadap word of mouth lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta.

1) Menentukan t-tabel

Untuk menentukan t-tabel dengan menggunakan tingkat  $\alpha=5\%$  dan derajat kebebasan (dk) =  $n-2$ . Dimana  $n$  = Jumlah data (Sugiyono, 2005:184).

2) Pengambilan keputusan

Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ , maka Ho diterima dan Ha ditolak. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Jika  $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$ , maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) (Bawono, 2006:90).

b. Uji-F (Uji Simultan atau Uji Menyeluruh)

Uji-F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel  $X_{1,2,3}$  (independen) dan variabel antara  $Y_1$  secara

bersama-sama dapat mempengaruhi variabel  $Y_2$  (dependen). Langkah pengujiannya adalah (Bawono, 2006:91) :

1) Menentukan hipotesis

Ho: Artinya variabel independen ( $X_{1,2,3}$ ) dan variabel antara ( $Y_1$ ) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen ( $Y_2$ ).

Ha : Artinya variabel independen ( $X_{1,2,3}$ ) dan variabel antara ( $Y_1$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen ( $Y_2$ ).

Langkah pengujiannya Uji – F customer satisfaction adalah (Bawono, 2006:91) :

Ho: Artinya secara menyeluruh tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan (X) terhadap customer satisfaction ( $Y_1$ ) lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta.

Ha : Artinya secara menyeluruh ada pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan (X) terhadap customer satisfaction ( $Y_1$ ) lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta.

Langkah pengujiannya Uji – F word of mouth adalah (Bawono, 2006:91) :

Ho: Artinya secara menyeluruh tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan (X) dan customer satisfaction ( $Y_1$ ) terhadap word of mouth lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta.

Ha : Artinya secara menyeluruh ada pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan (X) dan customer satisfaction (Y<sub>1</sub>) terhadap word of mouth lembaga bimbingan belajar di Yogyakarta.

## 2) Menentukan F-tabel

Untuk memperoleh F-tabel digunakan taraf signifikansi  $\alpha=5\%$  dan derajat kebebasan (dk) =  $n-k-1$ . k = jumlah variabel independen (Sugiyono, 2006:191).

## 3) Pengambilan keputusan

Jika F-hitung < F-tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X<sub>1,2,3</sub>) dan variabel antara (Y<sub>1</sub>) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y<sub>2</sub>).

Jika F-hitung  $\geq$  F-tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X<sub>1,2,3</sub>) dan variabel antara (Y<sub>1</sub>) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y<sub>2</sub>).

## L. Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antar variabel dependen (Y<sub>2</sub>) dengan variabel independen (X<sub>1,2,3</sub>), dan variabel antara (Y<sub>1</sub>) atau sejauh mana kontribusi variabel

independen ( $X_{1,2,3}$ ) dan variabel antara ( $Y_1$ ) mempengaruhi variabel dependen ( $Y_2$ ) (Bawono, 2006:92).

Menurut Gujarati (dalam Bawono, 2006:92) Analisis Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase (%) pengaruh keseluruhan variabel independen yang digunakan terhadap variabel dependen (Y).

Pengujian dilakukan dengan melihat  $R^2$  pada hasil analisis persamaan regresi yang diperoleh. Apabila angka koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin mendekati 1 berarti model regresi yang digunakan sudah semakin tepat sebagai model penduga terhadap variabel dependen (Y).

