

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah penelitian survey. Penelitian dengan metode survey, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah terstruktur sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun dan Effendi, 1989 hal. 3)

Pengertian survey tersebut dibatasi pada pengertian survey sampel, dimana informasi dikumpulkan dari sebagian populasi untuk mewakili seluruh populasi. Definisi lain, penelitian survey adalah pengumpulan informasi secara sistematis dari para responden dengan maksud untuk memahami dan atau meramal beberapa aspek perilaku dari populasi yang diamati (Sigit, 1999 hal. 149). Walaupun informasi tersebut diperoleh dari sebagian populasi tetapi diharapkan dapat mewakili populasi penelitian.

3.2 Obyek Penelitian

Penelitian dilakukan di perusahaan jasa ritel, yaitu Konsumen Toserba Rimba Jaya dan Toserba Surya di Rokan Hulu, dengan lokasi penelitian di Kecamatan di Rokan Hulu Riau.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan/ individu-individu) yang karakteristiknya akan diduga (Subagyo, 1996 hal. 107). Populasi

dalam penelitian ini adalah keseluruhan Konsumen yang menggunakan jasa Toserba Rimba Jaya dan Toserba Surya Di Rokan Hulu Riau selama Bulan Mei 2006.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi.(Subagyo, 1996 hal. 108).

Untuk penelitian ini sampelnya adalah sebagian Konsumen yang menggunakan jasa tabungan Toserba Rimba Jaya dan Toserba Surya di Di Rokan Hulu Riau.

3.3.1 Teknik Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini digunakan tehnik *Non Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada semua populasi. Teknik ini dipilih karena penulis kesulitan untuk mengetahui jumlah keseluruhan populasi, yaitu jumlah keseluruhan konsumen Toserba Rimba Jaya dan Toserba Surya Di Rokan Hulu. Teknik yang dipakai adalah *Accidental Sampling*, yaitu teknik sampling dimana pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti (Sugiyono, 1999 hal. 77). Kuisisioner diedarkan pada setiap konsumen yang sedang berbelanja di Toserba Rimba Jaya dan Toserba Surya.

3.3.2 Ukuran Sampel

Ukuran sampel adalah banyaknya individu atau elemen dari populasi yang diambil sebagai sampel. Karena jumlah populasi konsumen Toserba

Rimba Jaya dan Toserba Surya tidak diketahui besarnya secara pasti maka peneliti menggunakan rumus: (Cooper, Emory, 1996 hal. 231)

$$n = \frac{pq}{(\sigma p / z)^2} + 1$$

Dengan asumsi-asumsi :

- 1). n = jumlah sampel
- 2). p = nilai proporsi dari bagian populasi = 0,5; yaitu dipilih yang paling proporsional karena nilai batasnya adalah 0 - 1.
- 3). q = nilai proporsi selain $p = (1-p) = 1-0,5 = 0,5$. Nilai ini tergantung dari besarnya p , semakin tinggi p maka semakin rendah nilai q dan sebaliknya
- 4). σ^2 = deviasi sampling maksimum yang diinginkan penelitian (dianjurkan 10% - 20%) sehingga dipilih sebesar 0,1 (10%) yaitu merupakan kesalahan terendah yang dianjurkan.
- 5). z = tabel z pada tingkat kesalahan 5% = 1,96. (5% adalah taraf signifikan dalam penelitian ini atau dengan tingkat kepercayaan 95%)

Perhitungan :

$$n = \frac{0,25}{(0,1/1,96)^2} + 1$$

$$n = \frac{0,25}{(0,051)^2} + 1$$

$$n = 97$$

3.4 Sumber Data

Didalam penelitian ini, sumber data berasal dari data primer. Data primer menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (1999, hal. 146) adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, yaitu tanggapan responden mengenai

kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang diberikan oleh Toserba Rimba Jaya dan Toserba Surya di Rokan Hulu Riau, data ini diperoleh secara langsung melalui keterangan-keterangan dari responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan tehnik pengumpulan data dengan kuesioner yaitu merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden untuk diisi dalam bentuk pertanyaan tertutup Artinya pada setiap pertanyaan yang diajukan peneliti diberi skor 5 (Sangat Baik) untuk nilai tertinggi dan skor 1 (tidak baik) untuk nilai terendah pada alternatif jawaban. Berdasarkan rincian diatas selanjutnya diminta memilih satu jawaban secara *multipul choice*.

Kuesioner dibagi menjadi 3 bagian. Bagian pertama tentang identitas responden, bagian kedua berisi pertanyaan tentang keyakinan konsumen dan bagian ketiga berisi tentang evaluasi konsumen terhadap atribut-atribut dimensi kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empati*)

3.5.1. Pengukuran Variabel

Formulasi definisi operasional ini dengan menggunakan teknik skoring. Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert yaitu pernyataan-pernyataan yang dengan memberikan lima alternatif jawaban diberi skor. Skala likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena ini telah secara spesifik oleh penelitian, yang selanjutnya variabel penelitian (Sugiyono,1999 hal. 86). Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah

- skor 5 = sangat setuju

- skor 4 = setuju
- skor 3 = netral
- skor 2 = tidak setuju
- skor 1 = sangat tidak setuju

3.6 Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah sikap konsumen. Sikap konsumen diukur dengan 2 komponen yaitu keyakinan dan evaluasi terhadap atribut kualitas pelayanan yang terdiri dari :

a. Bukti langsung (*tangibles*)

Menjelaskan tentang penampilan fisik dan peralatan yang memudahkan konsumen dalam menemukan barang yang dibutuhkan. Atribut bukti langsung (*tangibles*) dibentuk oleh empat indikator yang meliputi: (1) kenyamanan, (2) kelengkapan peralatan (3) kebersihan lingkungan, dan (4) kerapian tata ruang.

b. Keandalan (*reliability*)

Menjelaskan tentang kemampuan dan ketepatan pemenuhan janji oleh perusahaan, serta penyediaan barang sesuai dengan keinginan konsumen. Atribut keandalan (*reliability*) dibentuk oleh tiga indikator yang meliputi: (1) ketepatan waktu pelayanan, (2) kecermatan pelayanan, dan (3) keandalan membantu konsumen.

c. Daya tanggap (*responsiveness*)

Interaksi karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dengan tanggap. Atribut daya tanggap (*responsiveness*) dibentuk oleh tiga

indikator yang meliputi: (1) kecepatan penanganan keluhan konsumen (2) ketanggapan menangani masalah konsumen, dan (3) kualitas pelayanan yang baik dan akurat.

d. Jaminan (*assurance*)

Pengetahuan dan keramahan dari pelayanan, kemampuan para staf menghasilkan kepercayaan. Termasuk didalamnya tentang produk yang dijual. Atribut jaminan (*assurance*) dibentuk oleh empat indikator yang meliputi: (1) pengetahuan tentang keinginan konsumen, (2) keramahan dalam pelayanan, dan (3) kemampuan menjaga kepercayaan konsumen.

e. Perhatian (*empathy*)

Perhatian khusus kepada konsumen dan memahami kebutuhan para konsumen. Atribut perhatian (*empathy*) dibentuk oleh tiga indikator yang meliputi: (1) perhatian dalam melakukan pelayanan, dan (2) penanganan konsumen dengan penuh perhatian dan kesabaran.

3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. (Sugiyono, 1999:24)

Pengujian validitas dilakukan dengan jalan mengkorelasikan antara skor tiap butir (X) dengan skor total (Y) yang merupakan jumlah tiap skor butir, dengan menggunakan rumus korelasi *Pearson Moment*, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N\sum x^2 - (\sum x)^2][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi product moment

N = Jumlah sampel

$\sum x$ = Jumlah skor butir

$\sum y$ = Jumlah skor total

$\sum xy$ = Jumlah perkalian skor butir dengan skor total

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor butir

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

Kemudian dibandingkan antara angka r_{xy} dengan r tabel. Bila $r_{xy} > r$ tabel maka item pertanyaan valid (Sugiyono, 2003).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada suatu tingkat keandalan instrumen. Instrumen yang *reliabel* artinya instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Sedangkan hasil penelitian yang *reliable*, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

(Sugiyono, 1999 hal. 267). Suatu tes dikatakan mempunyai taraf kepercayaan tinggi jika tes tersebut memberikan hasil yang tetap (Suharsini Arikunto, 1993 hal. 164)

Untuk uji Reliabilitas dalam penelitian ini dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* dari hasil pengolahan data dengan *SPSS For MS Windows Release 10.0*. Suatu instrumen dapat disebut *reliabel* apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,50 (Nunnaly dalam Sabihaini, 2001).

3.8. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data:

a. Analisis diskriptif statistik.

Analisis digunakan untuk mendukung analisis kuantitatif dalam menginterpretasikan data-data yang berhasil dikumpulkan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

b. Analisis kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang bersifat hitungan dengan menetapkan rumus-rumus statistik untuk menguji kebenaran data, teori dan hipotesis.

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Fishbein Attitude Model*, dan Analisis Wilcoxon Signed Rank Test.

1). *Fishbein Attitude Model*

Kegunaan *Fishbein Attitude* model untuk mengetahui nilai sikap konsumen terhadap kualitas pelayanan Toserba Rimba Jaya dan Toserba Surya di Rokan Hulu Riau .

Skor sikap dapat diperoleh dengan mengalikan keyakinan seorang konsumen terhadap atribut (i) yang dimiliki suatu obyek dengan penilaian *seseorang* terhadap atribut (i) yang ada pada suatu obyek. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

- a). Mengelompokkan data yang diperoleh dan menyajikannya kedalam tabel
- b). Menentukan komponen evaluasi dan keyakinan
- c). Menghitung skor evaluasi dari produk tersebut
- d). Menghitung skor keyakinan terhadap produk
- e). Mengalikan skor evaluasi dengan skor keyakinan untuk mengetahui sikap konsumen.

Adapun rumusnya adalah

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i . e_i$$

Dimana :

A_0 : sikap seseorang secara keseluruhan terhadap obyek

b_1 : keyakinan terhadap atribut (i) yang dimiliki suatu obyek

e_1 : penilaian terhadap atribut (i) yang ada pada suatu obyek

n : jumlah atribut.

2). Analisis Wilcoxon Signed Rank Test

Analisis ini digunakan untuk menguji arah dari perbedaan tiap pasangan, untuk mengetahui besar arah secara relatif (Rangkuti, 1997, hal. 197). Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan sikap Toserba Rimba Jaya dengan Toserba Suraya maka digunakan uji Wilcoxon Signed Rank Test dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan H_0 dan H_a

Ho : Tidak ada perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap kualitas pelayanan Toserba Rimba Jaya dan Toserba Surya

Ha : Ada perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap kualitas pelayanan Toserba Rimba Jaya dan Toserba Surya

b. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

Tahap ini berkaitan dengan taraf atau kinerja signifikan dari pengujian hipotesis (Ho atau Ha) dapat diterima atau ditolak. Dalam uji hipotesa penelitian ini dibatasi dengan menggunakan probabilitas $\alpha = 0,05$ ini berarti bahwa:

- Ho diterima atau Ha ditolak, jika probabilitas hitung $> 0,05$
- Ho ditolak atau Ha diterima, jika probabilitas hitung $< 0,05$

c. Perhitungan.

Tahap perhitungan ini dilakukan dengan mendasarkan pada masing-masing hipotesis dan alat analisis yang digunakan yaitu dengan Analisis Uji Jenjang Bertanda Wilcoxon untuk lebih mempermudah analisis dan validitas maka kegiatan perhitungan menggunakan fasilitas komputerisasi program SPSS.

d. Mengambil keputusan Dengan menggunakan prosedur b dan c dapat ditentukan diterima atau ditolaknya hipotesis.