

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian yang Digunakan

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat didalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Menurut Sugiyono (2017:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian ini berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2017:35) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain yang diteliti.

Metode penelitian deskriptif yang digunakan peneliti dalam penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah pada nomor satu, nomor dua, dan tiga yaitu :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Kualitas Pelayanan di PT. Pegadaian Cabang Suci Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai produk kredit cepat aman (KCA) di PT. Pegadaian Cabang Suci Bandung.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan oleh konsumen di PT. Pegadaian Cabang Suci Bandung.

Kemudian penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2017:35) adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Penelitian verivikatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistic.

Metode penelitian verifikatif digunakan peneliti untuk menjawab rumusan masalah nomor empat yaitu Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan produk kredit cepat aman (KCA) terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Pegadaian Cabang Suci Bandung secara simultan maupun parsial.

3.2. Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel terikat atau merupakan salah satu penyebab.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variable penelitian merupakan salah satu faktor yang penting dan perlu di perhatikan oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya. Menurut (Sugiyono, 2017:38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal

tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel tersebut berupa variabel bebas dan variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel bebas (independen) adalah Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dikonotasikan dengan simbol X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan produk (X2).

Variable terikat (dependen) menurut Sugiyono (2017:39) yang dimaksud variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen dikonotasikan dengan huruf (Y). Berikut Definisi variabel Penelitiannya:

a. Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen (X1)

Menurut Fandy Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

b. Produk sebagai variabel independen (X2)

Menurut Kotler dan Keller dalam buku Djaslim Saladin (2014:142), mengemukakan bahwa produk adalah : Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

c. Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen

Pengertian kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono (2015:146) Kepuasan

konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan pengertian dari ketiga variabel yaitu Kualitas Pelayanan dan Produk kredit cepat aman (KCA) dan Kepuasan Konsumen yang akan diteliti tersebut. Peneliti menetapkan sub variabel, kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator yang dijadikan sebagai item-item pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuisisioner. Agar lebih jelas mengenai operasional variabennya, maka dapat dilihat tabel 3.1 :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas Pelayanan (X1) “Merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan” Fandy Tjiptono(2016:282)	1. Berwujud	Penampilan karyawan	Kerapihan karyawan dalam berpakaian	ordinal	1
		Memiliki eksterior dan interior yang baik	Tingkat kenyamanan konsumen	ordinal	2
	2. Empati	Kemudahan dalam mengajukan keluhan kepada karyawan	Tingkat keramahan karyawan kepada konsumen	ordinal	3
	3. Cepat tanggap	Pelayanan karyawan dalam melaksanakan tugasnya	Tingkat kesigapan karyawan dalam melayani konsumen	ordinal	4

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	4. Kehandalan	Memberikan kemudahan dalam pengajuan kredit	Tingkat kecepatan karyawan dalam melayani pengajuan kredit	ordinal	5
	5. Jaminan	PT. Pegadaian mampu mengatasi masalah tanpa masalah sesuai dengan motto Pegadaian	Tingkat keramahan dan pengetahuan karyawan	ordinal	6
<p>Produk (X2)</p> <p>Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.</p> <p>Kotler dan Keller dalam Bob Sabran (2013:143)</p>	1. Kinerja	Kemudahan produk	Tingkat kemudahan dalam pengajuan kredit	ordinal	7
		Kecepatan produk	Tingkat kecepatan pengajuan produk kredit	ordinal	8
	2. Kehandalan	Kesesuaian produk kredit	Tingkat kesesuaian produk kredit	Ordinal	9
	3. Ciri-Ciri	Kecepatan dan keamanan dalam pencairan dana kredit	Tingkat kecepatan dan keamanan pencairan dana kredit	Ordinal	10
	4. Daya tahan	Berapa lama produk dapat dipergunakan	Tanggal jatuh tempo kredit	ordinal	11
	5. Estetika	Keunikan produk	Tingkat keunikan produk	ordinal	12
	6. Kesesuaian dengan spesifikasi	Standar pada kualitas produk	Tingkat standar kualitas produk	ordinal	13
Spesifikasi penggunaan produk		Tingkat spesifikasi penggunaan produk	ordinal	14	

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p>Kepuasan Pelanggan (Y)</p> <p>Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya</p> <p>Fandy Tjiptono (2015:212)</p>	1. Kinerja	Kepuasan atas kualitas pelayanan di PT. Pegadaian cabang suci	Tingkat atas kualitas pelayanan yang diberikan	ordinal	15
		Kesigapan dalam melayani konsumen	Tingkat kesigapan pelayanan yang diberikan perusahaan	ordinal	16
	2. Harapan	Kesesuaian atas kualitas pelayanan yang diharapkan	Tingkat Kesesuaian atas kualitas produk yang diharapkan	ordinal	17
		Kesesuaian atas kesigapan perusahaan	Tingkat kesesuaian atas kecepatanyang diharapkan	ordinal	18

Sumber : Olah Data Oleh Peneliti (2018)

3.3. Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Sub bab populasi dan sampel akan menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti, rentang waktu penelitian dan metode pengambilan sampel yang digunakan. Populasi yang akan dijadikan unit analisis, sehingga kerangka sampling dapat berupa daftar elemen atau unit dalam populasi dari daftar peneliti akan

mengambil unit sampel. Unit sampel merupakan elemen-elemen atau unit-unit dari populasi yang dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan metode atau teknik sampling tertentu.

3.3.1 Pengertian Populasi

Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dan dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang di pelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek tersebut.

Populasi juga merupakan suatu sarana untuk mendapatkan dan memberikan informasi beserta data yang berguna bagi suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Pegadaian Cabang Suci Bandung pada periode April 2018 – September 2018, untuk lebih jelas nya dan terperinci mari kita lihat table 3.2 sebagai berikut :

Tabel 3.2
Jumlah konsumen PT. Pegadaian Cabang Suci Bandung Bulan April-September 2018

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1	April	1260
2	Mei	1230
3	Juni	1050
4	Juli	1080
5	Agustus	960
6	September	900
Total		6.390
Rata-rata		1.065

Sumber : Data internal PT. Pegadaian

Berdasarkan tabel 3.2 menunjukkan bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 6390 orang yang didapat dari jumlah konsumen di PT. Pegadaian cabang suci Bandung pada bulan April – September 2018, lalu diambil rata-rata jumlah pengunjung sebanyak 6.390 dibagi 6 (April-September 2018) dengan hasil sebanyak 1.065 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Sampel merupakan salah satu unsur dari populasi yang hendak dijadikan suatu objek penelitian. Apabila penelitian menggunakan sampel, maka yang bisa didapat yaitu ciri-ciri sampel yang diharapkan bisa menaksir ciri-ciri populasi. Menurut Sugiyono (2017:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan terbatas hanya sebagian dari populasi saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang terlalu banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul-betul sangat representatif (benar-benar mewakili). Khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,10) dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus Slovin, yang dapat ditunjukkan sebagai berikut :

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

Dimana : n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolehir
(tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 1065 responden, berdasarkan pada jumlah rata-rata konsumen di PT. Pegadaian Cabang Suci Bandung pada bulan April - September 2018. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1065}{1 + (1065)(0,10)^2} \\ &= 91,416 \end{aligned}$$

Jadi dari hasil perhitungan berdasarkan perhitungan slovin, ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 91,416 dibulatkan menjadi 92 orang responden dengan tingkat kesalahan 10%.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat beberapa teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:81) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Nonprobability sampling terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota,

sampling incidental, *sampling jenuh*, dan *snow ball sampling*. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *sampling incidental*. Menurut Sugiyono (2017:85) “*sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan untuk pembahasan data yang digunakan dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data, yaitu :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan adalah Mengumpulkan data dengan cara melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer dengan cara :

a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono 2017:145).

Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung di PT Pegadaian cabang suci Bandung.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan fenomena ataupun

permasalahan yang harus diteliti dalam perusahaan dan bila peneliti ingin mengetahui hal-hal mendalam yang bisa didapatkan dari responden dan juga jumlah responden kecil/sedikit (Sugiyono, 2017:137). Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan Manajer Operasional di PT Pegadaian cabang suci Bandung.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017:142). Kuesioner akan diberikan kepada konsumen PT. Pegadaian cabang suci Bandung. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai Kualitas Pelayanan, Produk dan Kepuasan Konsumen di PT. Pegadaian cabang suci Bandung.

2. Penelitian Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data melalui sumber-sumber tidak langsung yang berkaitan dengan topik bahasan, seperti penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan, literatur-literatur, dokumen yang ada kaitannya dengan objek penelitian, misalnya:

- a. Buku-buku yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian.
- b. Jurnal, yaitu data yang berhubungan dengan penelitian yang membahas topik yang sama dan dianggap relevan dengan topik penelitian.
- c. Internet, yaitu dengan cara mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang di publikasikan di internet.

3.5. Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis dan uji hipotesis menguraikan metode-metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah (Sugiyono, 2017:147).

Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternative berikut :

Table 3.3
Alternative Jawaban dengan Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	ST (Setuju)	4
3	RG (Ragu - Ragu)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : Sugiyono (2017:94)

3.5.1 Uji Instrument

Instrument penelitian memegang peranan penting dalam penelitian kuantitatif karena kualitas data yang digunakan dalam banyak hal ditentukan oleh

kualitas instrumen yang dipergunakan. Pada diri subjek penelitian dan sipemilik data instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Instrument-instrument penelitian sudah ada yang dilakukan tetapi masih ada yang harus dibuat peneliti sendiri. Karena instrument penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrument harus mempunyai skala. Metode kuantitatif ini menggunakan skala *likert*.

Menurut Sugiyono (2017:94) skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Menggunakan skala *likert* maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang bisa berupa pertanyaan atau pernyataan baik bersifat *favorable* (positif) ataupun *unfavorable* (negatif), dengan skala ini akan memberikan kemudahan kepada penulis untuk dapat mengolah data.

3.5.1.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesalahan setiap item pertanyaan mengukur variabelnya. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditunjukkan kepada responden dengan total untuk seluruh item. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, dan jika antara item

dengan total item sama atau dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus pearson product moment sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefesien r product moment

r = Koefesien validitas item yang dicari

x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

y = Skor total instrument

n = Jumlah responden dalam uji instrument

$\sum x$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar mengambil keputusan :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Sugiyono (2017:127) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan tidak memenuhi, maka tidak perlu diteruskan untuk di uji reliabilitas. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2017:130)

Pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan jika hasil pengukuran yang dilakukan relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang balik. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *split-half method* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pertanyaan genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus spearman brown, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokan dalam kelompok I dan II.

2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan II
3. Korelasi skor kelompok I dan kelompok II dengan rumus :

$$r_b = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n\sum A^2 - (\sum A)^2)(n\sum B^2 - (\sum B)^2))}}$$

Dimana :

r = Koefesien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi Spearmen Brown sebagai berikut :

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Dimana :

r = Nilai reliabilitas

r_b = Korelasi pearson product moment antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7.

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (r_b hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:

- a. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b. Bila $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel atau tidak dapat diandalkan.

3.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dan variabel penelitian. Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017:147). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori : sangat setuju, setuju, Ragu - Ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya :

$$\sum p = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

Setelah diketahui skor rata – rata, maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor yaitu berikut ini :

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria Pertanyaan}}$$

Dimana :

Nilai tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

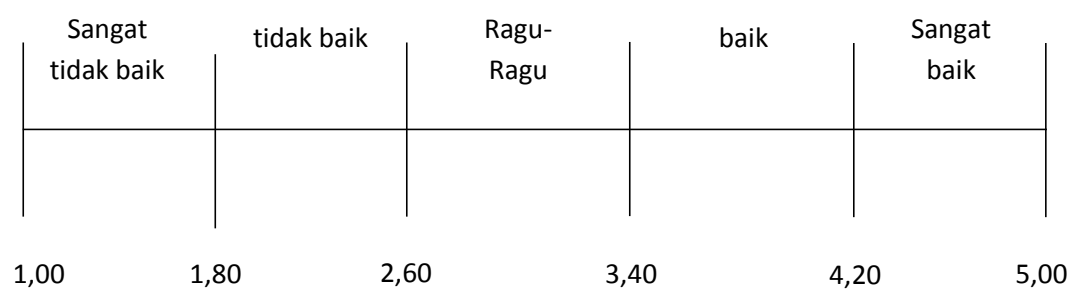
Rentang skor = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Maka dapat kita tentukan kategori skala sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kategori Skala

Skala	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Ragu – ragu
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono (2016:134)



Gambar 3.1 Gambar Kontinum

- a. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat Tidak Baik
- b. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak Baik
- c. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Ragu - Ragu
- d. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Baik
- e. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat Baik

3.5.3 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan perhitungan statistik. Menurut Sugiyono (2017:13) menyatakan bahwa “metode kuantitatif merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Metode analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *method of successive interval* (MSI), analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi.

3.5.3.1. Uji *Method of Successive Interval* (Uji MSI)

Data yang didapat dari kuesioner merupakan ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui “*Method of Successive Interval*”. Menurut Umi Narimawati, dkk (2013:47) langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:

1. Ambil data ordinal hasil kuesioner.

2. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
3. Menghitung nilai z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data > 30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai z pada rumus distribusi normal.
5. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Of Succesive Interval*, dengan rumus :

$$SV = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ under\ upper\ limit) - (Area\ under\ lower\ limit)}$$

Dimana :

SV(Scala Value)	= rata-rata interval
Density at lower limit	= kepaduan batas bawah
Density at upper limit	= kepaduan batas atas
Area under upper limit	= daerah dibawah batas atas
Area under lower limit	= daerah dibawah batas bawah

6. Menggunakan nilai transformasi (Nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus :

$$Y = SV + (\text{Nilai Skala} + 1)$$

3.5.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan Produk (X_2) terhadap kepuasan Konsumen (Y). Menurut Sugiyono (2017:210) menyatakan

bahwa : Analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (kepuasan konsumen)

a = bilangan konstanta

$b_1 b_2$ = koefisien arah garis

X_1 = Variabel bebas (Kualitas Pelayanan)

X_2 = Variabel bebas (Kualitas Produk)

e = Kesalahan (*Error*)

3.5.3.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Produk (X), dan Kepuasan konsumen (Y) dengan rumus sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JK_{(reg)}}{\sum Y^2}$$

Dimana :

R^2 = Koefesien korelasi berganda

$JK_{(reg)}$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total korelasi

Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2 dan variabel Y

Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antar variabel negatif

Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antara variabel maka dapat dilihat pada tabel

3.5 berikut:

Tabel 3.5
Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono(2016:184)

3.5.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya kontribusi (pengaruh) variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Produk (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

a. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Produk (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu :

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\%}$$

Dimana :

Kd = variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Produk (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi product moment

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase dari variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Produk (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) secara parsial :

$$\mathbf{Kd = Beta \times zero \ order \times 100\%}$$

Dimana :

B = Beta (nilai standarized coefficients)

Zero Order = Matrik Kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana, apabila :

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

Kd = 1 , berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y

3.5.4 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis antara variabel X1 (Kualitas pelayanan), X2 (Produk), dan Y (kepuasan konsumen).

3.5.4.1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan *Servicescape* terhadap kepuasan konsumen

$H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh kualitas produk dan *Servicescape* terhadap kepuasan konsumen. Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda digunakan rumus :

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Dimana :

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

k = Banyaknya variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut ($n-k-1$) dengan ketentuan sebagai berikut :

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ – H_1 diterima (signifikan)

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ – H_1 ditolak (tidak signifikan)

3.5.4.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan ke dalam bentuk statistik sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
2. $H_1 : \beta_1 \neq 0$, terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
3. $H_0 : \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen
4. $H_1 : \beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan signifikansi 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus :

$$t = \frac{r_p \sqrt{n-2}}{1-r_p}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

rp = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis thitung dibandingkan ttabel dengan ketentuan sebagai berikut :

Terima H0 Jika thitung < ttabel – H1 ditolak (tidak signifikan)

Tolak H0 Jika thitung > ttabel – H1 diterima (signifikan)

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pertanyaan yang membawa kepada jawaban alternative yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan oleh peneliti yang berisi pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan, Produk dan kepuasan konsumen sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Semua pernyataan kuesioner berjumlah 17 yang terdiri dari, kualitas pelayanan yang berjumlah 6 pertanyaan, produk berjumlah 7 pertanyaan, kepuasan konsumen berjumlah 4 pertanyaan.

3.7 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pegadaian Cabang Suci Bandung di Jln Phh Mustofa No 101 Bandung. Penelitian yang dilakukan oleh penulis dimulai pada April 2018 sampai September 2018.