

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 (2016:2)** metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut **Sugiyono (2016:11)** penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan.

Sedangkan penelitian verifikatif menurut **Sugiyono (2016:11)** adalah suatu penelitian yang ditunjukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Penelitian Variabel merupakan aspek yang paling penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel peneliti dapat melakukan pengolahan data yang

bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian. Variabel-variabel tersebut kemudian di operasionalisasikan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut **Sugiyono (2016:61)** variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Berikut penjelasan kedua variabel tersebut:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Menurut **Sugiyono (2017:39)**, “Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Maka dalam penelitian ini ada dua variabel independen yang diteliti diantaranya:

a. Bauran Promosi

Menurut Kotler & amstrong (2014:77) promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan agar membeli produk itu. Kemudian menurut dalam Budi (2015:1572) pengertian promosi adalah suatu bentuk komunikasi

pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bisa menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Sedangkan menurut Manap (2016) promosi adalah salah satu komponen prioritas dari pemasaran yang diberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan pembelian. Sedangkan pengertian promosi

Dari definisi promosi diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan atau menginformasikan manfaat dari sebuah produk atau jasa kepada konsumen untuk mendorong atau membujuk konsumen agar membeli produk atau jasa tersebut.

b. *Physical Evidence*

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2013:26), Congalves dalam Tatang Kusmayadi (2012:6), dan Sucipto (2013:70) “Bukti fisik adalah lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan pelanggan berinteraksi yang terdiri penampilan bangunan, pemandangan, sarana, perlengkapan, peralatan, seragam karyawan, tanda, bahan-bahan dan isyarat yang terlihat lainnya”.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen. Menurut Sugiyono (2017:39), “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2013:153), Fandy Tjiptono (2015:146), dan Daryanto & Setyobudi (2014:43) “Kepuasan adalah suatu hasil perbandingan antara harapan dan kinerja yang di dapat, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk menentukan harapan konsumen agar perusahaan bisa memenuhi harapan tersebut”.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan indikator yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang pertama (X_1) Bauran promosi. Variabel bebas yang kedua (X_2) adalah *physical evidence*. Kemudian satu – satunya variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan penumpang. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala dimana variabel penelitian akan diukur dengan skala ordinal. Operasionalisasi variabel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel Dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Bauran Promosi (X₁) “Bauran promosi adalah campuran spesifik dari alat-alat promosi yang digunakan perusahaan untuk secara persuasif mengkomunikasikan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan”. Kotler & Armstrong (2014)	Periklanan	Penyebaran Informasi Kepada Para Calon Penumpang	Tingkat Kejelasan Penyebaran Informasi Kepada Para Calon Penumpang	Ordinal	1
		Media yang digunakan dalam Melaksanakan Kegiatan Promosi	Tingkat Kemenarikan Media yang digunakan dalam Melaksanakan Kegiatan Promosi	Ordinal	2
	Promosi Penjualan	Penyampaian Fasilitas yang ditawarkan Kepada Calon Penumpang	Tingkat pemahaman Penumpang terhadap Fasilitas yang diberikan	Ordinal	3
		Fasilitas yang ditawarkan Oleh Perusahaan Kepada Calon Penumpang	Tingkat Kelengkapan Fasilitas yang terdapat di dalam Bus Primjasa	Ordinal	4
	Hubungan Masyarakat	Komunikasi antara Perusahaan dengan Calon Penumpang	Tingkat Keramahan Pegawai Kepada Penumpang	Ordinal	5
		Kenyamanan Yang diberikan oleh Pegawai terhadap Penumpang	Tingkat Kenyamanan yang diberikan oleh Pegawai terhadap Penumpang	Ordinal	6
	Penjualan Perseorangan	Perhatian Pegawai	Tingkat Perhatian	Ordinal	7

Variabel Dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		terhadap Penumpang	Pegawai terhadap Penumpang		
		Kemampuan Komunikasi Pegawai dengan Penumpang	Tingkat Kemampuan Komunikasi Pegawai dengan Penumpang	Ordinal	8
	Penjualan Langsung	Komunikasi yang dilakukan oleh Pegawai	Tingkat Kemenarikan Komunikasi yang dilakukan oleh Pegawai	Ordinal	9
		Penyampaian mengenai fasilitas yang ditawarkan	Tingkat Pemahaman Penumpang terhadap Penyampaian Fasilitas yang ditawarkan	Ordinal	10
Physical Evidence (X₂) “Lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan pelanggan berinteraksi, segala komponen – komponen yang dapat terlihat yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi jasa tersebut”. Zeithaml, Bitner Dan Gremler (2013:26), Congalves Dalam Tatang Kusmayadi	Lingkungan Eksterior, Desain Eksterior, Papan Nama	Kemenarikan Desain Luar Bus	Tingkat Kemenarikan Desain Luar Bus	Ordinal	11
		Kejelasan Papan Nama Rute	Tingkat Kejelasan Papan Nama Rute	Ordinal	12
	Lingkungan Interior, Desain Inter, Tata Letak, Kualitas Luar, Suara Dan Aroma	Kemenarikan Desain Interior	Tingkat Kemenarikan Desain Interior	Ordinal	13
		Kenyamanan Jarak Tempat Duduk Antar Penumpang	Tingkat Kenyamanan Jarak Tempat Duduk Antar Penumpang	Ordinal	14
		Kesejukan Udara di dalam Bus	Tingkat Kesejukan Udara di dalam Bus	Ordinal	15
		Kenyamanan Suara Dan Aroma	Tingkat Kenyamanan Kebisingan Suara Mesin Bus	Ordinal	16

Variabel Dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
(2012:6), Dan Sucipto (2013:70)			Tingkat Keharuman Aroma di dalam Bus	Ordinal	17
	Fasilitas Lain, Seragam Karyawan, <i>Billing Statements</i>	Kerapihan Seragam Kondektur Bus	Tingkat Kerapihan Seragam Kondektur Bus	Ordinal	18
		Informasi Pada Karcis Terbaca Jelas	Tingkat Kejelasan Informasi pada Karcis	Ordinal	19
Kepuasan Penumpang (Y) “Kepuasan adalah suatu hasil perbandingan antara harapan dan kinerja yang di dapat, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk menentukan harapan konsumen agar perusahaan bisa memenuhi harapan tersebut”. Kotler Dan Keller (2013:153), Fandy Tjiptono (2015:146), Dan Daryanto &	Kinerja	Kepuasan atas Kemampuan Kondektur Bus dalam Melayani Penumpang dengan Tepat	Tingkat Kepuasan atas Kemampuan Kondektur Bus dalam Melayani Penumpang dengan Tepat	Ordinal	20
		Kepuasan atas Kemudahan Saat Pembelian Tiket	Tingkat Kepuasan atas Kemudahan Saat Pembelian Tiket	Ordinal	21
		Kepuasan atas Sarana yang Tersedia di dalam Bus	Tingkat Kepuasan atas Sarana yang Tersedia Didalam Bus	Ordinal	22
		Kepuasan atas Kinerja dalam Hal Ketepatan Waktu Keberangkatan dan Kedatangan	Tingkat Kepuasan atas Kinerja dalam Hal Ketepatan Waktu Keberangkatan dan Kedatangan	Ordinal	23

Variabel Dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Setyobudi (2014:43)	Harapan	Harapan Penumpang atas Kemampuan Kondektur Bus dalam Melayani Penumpang dengan Tepat	Tingkat Kesesuaian Harapan atas Kemampuan Kondektur Bus dalam Melayani Penumpang dengan Tepat	Ordinal	24
		Harapan atas Kemudahan Saat Pembelian Tiket	Tingkat Kesesuaian Harapan atas Kemudahan Saat Pembelian Tiket	Ordinal	25
		Harapan atas Sarana yang Tersedia di dalam Bus	Tingkat Kesesuaian Harapan atas Sarana yang Tersedia di dalam Bus	Ordinal	26
		Harapan atas Kinerja dalam Hal Ketepatan Waktu Kedatangan dan Keberangkatan	Tingkat Kesesuaian Harapan atas Kinerja dalam Hal Ketepatan Waktu Kedatangan dan Keberangkatan	Ordinal	27

3.3 Populasi dan Sampel

Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah penumpang yang menggunakan bus *executive* primajasa rute Bandung – Jakarta sehingga dapat mengisi angket yang diberikan.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang Bus *Executive* Primajasa rute Bandung – Jakarta pada tahun 2019. Berikut ditampilkan tabel volume penumpang Bus *Executive* Primajasa rute Bandung – Jakarta pada tahun 2019.

Tabel 3.2
Jumlah Penumpang Bus Primajasa Rute Bandung – Jakarta Periode Bulan Januari 2019–Desember 2019

Bulan	Jumlah Penumpang
Januari	28.426
Februari	18.496
Maret	32.819
April	39.076
Mei	41.015
Juni	50.856
Juli	41.304
Agustus	37.977
September	44.508
Oktober	40.652
November	36.451
Desember	51.780
Total	463.360
Rata rata	38.613

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016:81). Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak Penumpang Bus *Executive* Primajasa rute Bandung – Jakarta. Jumlah sampel diambil berdasarkan rumus Slovin:

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

Dimana:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan Populasi

Populasi N = 37.360 dengan asumsi tingkat kesalahan (e) = 10%, maka jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak:

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

$$n = \frac{38.613}{1+38.613(0,1)^2} = 99,74 \text{ dibulatkan menjadi } 100.$$

Jadi dari perhitungan diatas, untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 100 penumpang

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel bertujuan memudahkan peneliti dalam menentukan sampel yang akan diteliti. Teknik sampel merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016:81). Peneliti menggunakan teknik sampling

insidental yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan (*insidental*) bertemu dengan peneliti yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan akan dijadikan sampel. Dalam penelitian ini, sampelnya adalah penumpang Bus *Executive* Primajasa rute Bandung – Jakarta.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara–cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan–keterangan lainnya dalam penelitian yang dilakukan. Didalam mengumpulkan data penelitian, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan penyebaran kuesioner dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi, seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item–item instrumen yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala Likert yaitu dengan memberikan skor pada masing–masing jawaban pernyataan alternatif sebagai berikut:

Tabel 3.3
Alternatif jawaban

No	Alternatif jawaban	Bobot nilai
1.	Sangat setuju	1
2.	Setuju	2
3.	Kurang setuju	3
4.	Tidak setuju	4
5	Sangat tidak setuju	5

Sumber: Sugiyono (2013:94)

Beberapa cara yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh berdasarkan survey langsung yang dilakukan Bus *Executive* Primajasa rute Bandung–Jakarta yang menjadi objek penelitian, Hal ini bertujuan untuk memperoleh data yang akurat. Data primer dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu:

a. Wawancara

Yaitu dengan melakukan wawancara kepada penumpang Bus *Executive* Primajasa rute Bandung – Jakarta.

b. Kuesioner

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pernyataan dalam bentuk *google form* kepada penumpang Bus *Executive* Primajasa rute Bandung – Jakarta.

2. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Dokumen-dokumen dari PT Primajasa Perdanaraya Utama
- b. Buku-buku yang berkaitan dengan variabel penelitian
- c. Jurnal dan hasil penelitian terdahulu

3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase.

Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya hubungan antar variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (**Sugiyono, 2016:148**).

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas merupakan uji yang dilakukan terhadap instrumen penelitian. Kedua uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap instrumen penelitian layak dipakai dalam penelitian.

1. Uji Validitas

Menurut **Sugiyono (2016:177)** uji validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Validitas sebagai salah satu derajat ketepatan atau keandalan pengukuran instrumen mengenai isi pertanyaan. Cara menilai korelasi adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \sqrt{n (\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Dimana:

r = Koefisien Korelasi

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (**Sugiyono, 2016:179**). Oleh karena itu,

semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Jadi, indeks validitas dinyatakan valid jika memiliki tingkat korelasi lebih dari 0,3.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesalahan setiap item pernyataan dalam mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing – masing pernyataan item yang ditujukan kepada responden dengan total skor untuk seluruh item. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Apabila nilai koefisien korelasi butir item pernyataan yang sedang diuji lebih besar dari r kritis sebesar 0,300, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut merupakan konstruksi (*construct*) yang valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013:177). Uji reliabilitas kuesioner dalam penelitian digunakan metode split half item tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok item ganjil dan kelompok item genap. Kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Apabila korelasi 0,7 atau lebih maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, sebaliknya

apabila nilai korelasi dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel. Adapun rumus untuk mencari reliabel adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

r = Koefisien Korelasi

n = Banyaknya responden

A = Skor item pertanyaan ganjil

B = Skor item pertanyaan genap

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya hasil tersebut dimasukkan kedalam rumus Spearman Brown dengan rumus sebagai berikut.

$$r = \frac{2rb}{1 + rb}$$

Dimana :

r = Nilai reliabilitas

rb = Korelasi produk moment antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap)

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki kehandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat handal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila

koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis ini menggunakan tentang fakta-fakta yang ada secara sistematis, dimana fakta-fakta ini berasal dari hasil pengoperasian variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan. Setelah data tersebut terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data, disajikan dalam bentuk tabel dan analisis.

Menurut **Sugiyono (2013:206)** yang dimaksud analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik yang digunakan dalam penelitian adalah rata-rata (mean), generalisasi.

Peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependennya yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Dari jumlah skor yang ada pada jawaban-jawaban reponden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian, maka digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut

$$NJI \text{ (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Penetapan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dan skor ideal. Untuk mendapatkan kecenderungan

jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor jawaban yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini:

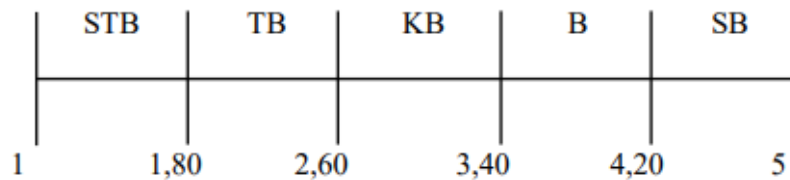
Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

Interval = $5 - 1 = 4$

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

Maka diperoleh garis kontinum dengan rentang 0,8 sebagai berikut:



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Sumber: Sugiyono (2013:350)

3.5.3 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih (**Sugiyono 2013:55**). Metode ini digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Berikut ini merupakan beberapa pengujian yang akan digunakan dalam analisis verifikatif.

3.5.3.1 *Method of Succesive Interval (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 Succesive Interval*”. Menurut **Umi Narimawati, dkk (2010:47)** langkah-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 proporsikumulatif.
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 (*Scale Value*) = rata – rata interval

Density at lower limit = kepaduan batas bawah

Density at 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

Analisis regresi dilakukan bila ada hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Analisis regresi dapat digunakan apabila ingin mengetahui bagaimana variabel dependen atau kriteria dapat diprediksi melalui variabel independen atau preditor. Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti apabila variabel independen terdiri dari dua atau lebih sebagai faktor preditor.

Persamaan regresi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (Kepuasan Penumpang)

a = Bilangan konstanta

b = Koefisien regresi

X_1 = Variabel bebas (Bauran Promosi)

X_2 = Variabel bebas (*Physical Evidence*)

3.5.3.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui korelasi antara variabel bebas (X) secara keseluruhan dengan variabel terikat (Y). Rumus korelasi ganda adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{JK(reg)}{\Sigma Y^2}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien korelasi ganda

$JK(reg)$ = Jumlah kuadrat dalam bentuk deviasi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Berdasarkan nilai koefisien (R) yang diperoleh, didapat hubungan $1 < R < 1$ sedangkan harga untuk masing-masing nilai R adalah sebagai berikut :

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y semua positif sempurna
2. Apabila $R = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y semua negatif sempurna
3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y
4. Apabila R berada diantara -1 dan 1, maka tanda negatif (-) menyatakan adanya korelasi tidak langsung atau korelasi negatif. Dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini :

Tabel 3.4
Kriteria Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:184)

3.5.3.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan sebagai cara untuk menentukan apakah hipotesis yang akan diajukan sebaiknya diterima (signifikan) atau ditolak oleh penulis. Rumusan hipotesis sebagai berikut:

1. Uji Secara 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. Mencari F_{hitung} dengan cara:

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

Dimana:

R^2 = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Kemudian akan diketahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau diterima. Adapun hipotesis secara simultan dijabarkan sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh promosi dan *physical evidence* terhadap kepuasan penumpang.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$ artinya terdapat pengaruh promosi dan *physical*

evidence terhadap kepuasan penumpang.

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah $\alpha = 0,05$ artinya kemungkinan dari hasil penarikan kesimpulan adalah benar mempunyai probabilitas sebesar 95% atau toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar 5% dan derajat kebebasan $df = n - k - 1$. Adapun kriteria yang digunakan sebagai berikut:

1. Untuk F_{hitung} Positif

- a. Untuk $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima
- b. Untuk $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak

2. Untuk F_{hitung} Negatif

- a. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak
- b. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima

2. Uji Secara Parsial (Uji T)

Pengujian secara parsial untuk melihat pengaruh masing-masing variabel sebab terhadap variabel akibat. Untuk pengujian pengaruh parsial digunakan rumus hipotesis sebagai berikut:

1. Promosi terhadap Kepuasan Penumpang

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan penumpang
- b. $H_0 : \beta_1 > 0$ artinya terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan penumpang

2. *Physical Evidence* terhadap Kepuasan Penumpang

- a. $H_0 : \beta_2 = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh *physical evidence* terhadap kepuasan penumpang
- b. $H_0 : \beta_2 > 0$ artinya terdapat pengaruh *physical evidence* terhadap kepuasan penumpang

Selanjutnya untuk menguji signifikan koefisien parsial dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Dimana:

t_{hitung} = statistik uji korelasi

r = koefisien korelasi pearson

n = jumlah sampel

Apabila pengujian tersebut telah dilakukan, maka hasil pengujian t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

3.5.3.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase pangaruh promosi dan *physical evidence* terhadap kepuasan penumpang. Apabila r^2 mempunyai nilai antara 0 dan 1 ($0 < r^2 < 1$) dimana semakin tinggi nilai r^2 maka

akan semakin baik yang berarti bahwa keseluruhan variabel bebas secara bersama-sama mampu menerangkan variabel terikatnya. Koefisien determinasi dihitung dengan rumus:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

Kriteria Kd untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh promosi dan *physical evidence* terhadap kepuasan penumpang lemah.
2. Jika Kd mendekati satu (satu), maka pengaruh promosi dan *physical evidence* terhadap kepuasan penumpang kuat.

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 yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel promosi, *physical evidence* dan kepuasan penumpang sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada PT. Primajasa Perdanaraya Utama yang terletak di Jalan Soekarno Hatta Bandung. Kemudian penulis menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* kepada yang memenuhi kriteria yaitu penumpang Bus *Executive* Primajasa rute Bandung – Jakarta. Waktu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian ini dimulai dari bulan Februari 2020 sampai dengan selesai.