

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Melalui penelitian, penulis dapat menggunakan hasilnya, secara umum data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. Menurut Sugiyono (2017:2) metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode survey. Menurut Sugiyono (2017:7) pengertian metode survey adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relative, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Adapun pengertian penelitian deskriptif Menurut Sugiyono (2017:11) 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 suatu kesimpulan. Metode penelitian deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang kualitas pelayanan pada Auto 2000 Cabang Purwakarta
2. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang harga pada Auto 2000 Cabang Purwakarta
3. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang lokasi Auto 2000 Cabang Purwakarta

Metode verifikatif adalah metode yang digunakan untuk mengetahui kebenaran hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik yang ditujukan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah nomer 4, yaitu Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan secara simultan dan parsial pada Auto 2000 Cabang Purwakarta.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Auto 2000 Cabang Purwakarta, maka variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel (X_1) yaitu kualitas pelayanan, variabel (X_2) yaitu harga, variabel (X_3) yaitu lokasi dan variabel (Y) yaitu kepuasan pelanggan. Variabel-variabel tersebut dioperasionalkan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

3.2.1.1 Variabel Bebas (*Independence Variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39), “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga dan lokasi. Pengumpulan informasi mengenai variabel ini berdasarkan kuesioner berupa daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas Pelayanan (X_1),

Menurut Menurut Kotler dan Keller (2016:155), Lupiyoadi (2014:212), Fitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono (2015:35-36) kualitas pelayanan merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan.

2. Harga (X_2)

Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Sabran (2012:52), Mursid (2014:83-84), Stanton dalam Lembang (2010:24) harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang.

3. Lokasi (X_3)

Menurut Tjiptono (2008:147), Ariani (2009:247), Fure (2013) lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha.

3.2.1.2 Variabel terikat (*Dependent variable*)

Menurut Sugiyono (2014:61), “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat (y) yang digunakan adalah kepuasan pelanggan.. Pengumpulan informasi mengenai variabel ini berdasarkan kuesioner, berupa daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden. Variabel dependen dari penelitian ini adalah:

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Fandy Tjiptono (2015:200), Kotler&Keller (2012:177) yang dialih bahasakan oleh Buchari Alma (2016:80), Assael Dalam Rudika H (2014:36) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang atau pelanggan membandingkan antara persepsi dan harapan terhadap kinerja yang dihasilkan.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional variabel merupakan penjabaran dari konsep serta indikator untuk masing-masing variabel penelitian. Penelitian ini terdiri dari 4 (empat) variabel yang akan diteliti yaitu: kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan lokasi (X_3) sebagai

variabel bebas serta kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Berikut ini dapat dilihat tabel mengenai konsep dan indikator variabel:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel dan Konsep Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
Kualitas Pelayanan (X₁) kualitas pelayanan merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan.	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	Kerapihan para karyawan	Tingkat kerapihan para karyawan	Ordinal	1
Menurut Kotler dan Keller (2016:155), Lupiyoadi (2014:212), Fitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono (2015:35-36)					
		Fasilitas Kenyamanan & kebersihan	Tingkat fasilitas kenyamanan & kebersihan	Ordinal	2
		Ruangan yang lengkap dan rapih	Tingkat ruangan yang lengkap dan rapih	Ordinal	3

	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	Kehandalan karyawan dalam melakukan <i>service</i> kendaraan	Tingkat kehandalan karyawan dalam melakukan <i>service</i> kendaraan	Ordinal	4
		Kemudahan pemesanan untuk <i>service</i> kendaraan	Tingkat kemudahan pemesanan untuk <i>service</i> kendaraan	Ordinal	5
		Karyawan handal dan dalam melayani pelanggan yang datang ke Auto 2000 Cabang Purwakarta	Tingkat handal karyawan dalam melayani pelanggan	Ordinal	6
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan	Tingkat pelayanan karyawan yang cepat dan tepat	Ordinal	7
		Kecepatan Karyawan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	Tingkat kecepatan karyawan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	Ordinal	8
		keluhan pelanggan			
		Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan pelanggan	Tingkat daya tanggap karyawan yang selalu ada ketika dibutuhkan pelanggan	Ordinal	9
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Service kendaraan bebas dari resiko, bahaya fisik atau keragu-raguan	Tingkat jaminan service kendaraan bebas resiko	Ordinal	10
		Tanggung jawab untuk keamanan	Tingkat tanggung jawab untuk keamanan	Ordinal	11
		Produk mobil yang dijual terjamin kualitasnya (baik)	Tingkat kualitas mobil yang dijual	Ordinal	12

	<i>Emphaty</i> (Empati)	Karyawan bersikap ramah terhadap pelanggan	Tingkat karyawan bersikap ramah kepada pelanggan	Ordinal	13
		Kesediaan untuk mendengarkan kritik	Tingkat kesediaan mendengarkan kritik	Ordinal	14
		Karyawan selalu bersikap baik terhadap pelanggan	Tingkat karyawan bersikap baik terhadap pelanggan	Ordinal	15
Harga (X₂)	Keterjangkauan Harga	Harga sesuai dengan kemampuan beli konsumen	Tingkat harga yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen	Ordinal	16
Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Sabran (2012:52), Mursid (2014:83-84) Stanton dalam Lembang (2010:24)					
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	Harga sesuai dengan kualitas produk	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	Ordinal	17
	Daya Saing Harga	Harga lebih murah dari <i>dealer</i> lain	Tingkat daya saing harga dengan pesaing (<i>dealer</i>) lain yang sejenis	Ordinal	18
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk	Kesesuaian manfaat produk	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan konsumen	Ordinal	19

Variabel dan Konsep Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	NK
<p>Lokasi (X₃)</p> <p>Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha.</p> <p>Menurut Tjiptono (2008:147), Ariani (2009:247), Fure (2013)</p>	Akses	Mudah dijangkau serta dilalui sarana transportasi umum	Tingkat lokasi mudah dijangkau serta dilalui transportasi umum	Ordinal	20
		Kondisi jalan menuju Auto 2000 Cabang Purwakarta bagus	Tingkat kondisi jalan menuju Auto 2000 Cabang Purwakarta bagus	Ordinal	21
		Purwakarta bagus			
		Lokasi dekat jalan umum/jalan raya	Tingkat lokasi dekat jalan umum/jalan raya	Ordinal	22
	Visibilitas	Kemampuan pelanggan untuk melihat dan memasuki tempat usaha	Tingkat kemampuan pelanggan untuk melihat dan memasuki tempat usaha	Ordinal	23
	Adanya petunjuk jalan menuju Auto 2000 Cabang Purwakarta	Tingkat petunjuk jalan menuju Auto 2000 Cabang Purwakarta yang mudah ditemukan pelanggan	Ordinal	24	

		Lokasi Auto 2000 Cabang Purwakarta dapat dilihat dari jarak pandang normal	Tingkat lokasi yang dapat dilihat dari jarak pandang normal	Ordinal	25
	Lalu lintas	Lalu lintas disekitar Auto 2000 Cabang Purwakarta lancar	Tingkat lalu lintas disekitar Auto 2000 Cabang Purwakarta	Ordinal	26
		Lokasi yang strategis dimana terdapat banyak masyarakat yang beraktivitas disekitar.	Tingkat aktivitas masyarakat disekitar lokasi	Ordinal	27
		Lalu lintas disekitar Auto 2000 Cabang Purwakarta memiliki tingkat kemacetan yang rendah	Tingkat kemacetan yang rendah disekitar Auto 2000 Cabang Purwakarta	Ordinal	28
	Fasilitas Parkir	Memiliki tempat parkir yang nyaman	Tingkat kenyamanan tempat parkir	Ordinal	29
		Memiliki tempat parkir yang aman	Tingkat keamanan tempat parkir	Ordinal	30
	Lingkungan	Memiliki lahan parkir yang luas	Tingkat tersedianya lahan parkir yang luas	Ordinal	31
		Auto 2000 Cabang Purwakarta memiliki lingkungan yang mendukung untuk pendirian usaha	Tingkat lingkungan yang mendukung pendirian usaha Auto 2000 Cabang Purwakarta	Ordinal	32

		Lingkungan disekitar Auo 2000 Cabang Purwakarta sangat menunjang untuk melakukan bisnis/usaha	Tingkat lingkungan yang menunjang untuk melakukan bisnis/usaha	Ordinal	33
		Lingkungan yang aman dalam mendirikan sebuah usaha	Tingkat lingkungan yang aman dalam mendirikan sebuah usaha	Ordinal	34
<p>Kepuasan Pelanggan (Y)</p> <p>Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang atau pelanggan membandingkan antara persepsi dan harapan terhadap kinerja yang dihasilkan.</p> <p>Menurut Fandy Tjiptono (2015:200), Kotler&Keller (2012:177) yang dialih bahasakan oleh Buchari Alma (2016:80), Assael Dalam Rudika H (2014:36)</p>	Kinerja	Kepuasan atas fasilitas yang lengkap di Auto 2000 Cabang Purwakarta	Tingkat kepuasan atas fasilitas yang lengkap di Auto 2000 Cabang Purwakarta	Ordinal	35
		Kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan	Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan	Ordinal	36

		Kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan	Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan	Ordinal	37
	Harapan	Harapan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan	Tingkat harapan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan	Ordinal	38
		Harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan	Tingkat harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan	Ordinal	39
		Harapan konsumen terhadap fasilitas yang disediakan	Tingkat harapan konsumen terhadap fasilitas yang disediakan	Ordinal	40

Sumber : Data Diolah Penulis 2020

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam suatu penelitian perlu ditetapkan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data sesuai yang diharapkan. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan metode atau teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017: 80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti. Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang datang ke Auto 2000 Cabang Purwakarta pada bulan Januari – Desember 2019.

Tabel 3.2
Jumlah Pelanggan Auto 2000 Cabang Purwakarta Tahun 2019

Bulan	Target	Pelanggan Auto 2000 Cabang Purwakarta
Januari	500	322
Februari	550	229
Maret	558	241
April	625	223
Mei	650	244
Juni	668	261
Juli	675	255
Agustus	780	189
September	800	159
Oktober	880	187
November	885	130
Desember	900	129
Total	8.471	2.549

Sumber : Auto 2000 Cabang Purwakarta

Berdasarkan Tabel 3.2 yang disajikan bahwa populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah rata-rata jumlah pelanggan Auto 2000 Cabang Purwakarta bulan Januari-Desember 2019. Adapun hasil yang didapatkan yaitu sebanyak 2.549 orang. Dengan total 2.549 orang dibagi 12 bulan maka jumlah populasi yang akan diteliti sebanyak 212 orang.

3.3.2 Sampel

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan hanya sebagian dari populasi saja. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitu sebaliknya. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga dan jumlah populasi yang terlalu

banyak. Kesimpulannya sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pelanggan dari Auto 2000 Cabang Purwakarta. Dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan presentase tingkat kesalahan yang dapat ditolelir sebesar 10% (0,1) dan penentuan ukuran sampel tersebut menggunakan rumus slovin.

Pada penelitian ini, pengambilan jumlah responden berdasarkan metode Slovin (Husein Umar 2013:78) sampel yang akan ditentukan oleh peneliti dengan presentase tingkat kesalahan yang dapat ditolelir sebesar 10% (0,1) sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = tingkat kesalahan dalam memilih anggota

Jumlah populasi yaitu sebanyak 212 orang (pelanggan Auto 2000 Cabang Purwakarta) dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (0,1) atau dapat disebutkan tingkat keakuratan 90%, sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi data dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

$$n = \frac{1 + N(e)^2}{1 + 212(0,1)^2}$$

$$n = \frac{212}{1 + 212(0,1)^2} = 67,94 \text{ atau } 68$$

12

Berdasarkan perhitungan slovin tersebut, maka diperoleh ukuran sampel sebanyak 68 responden. Sampel yang digunakan merupakan pelanggan Auto 2000 Cabang Purwakarta. Penggunaan sampel tersebut diharapkan hasil penelitian dapat mendekati keadaan yang sebenarnya.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2015:116) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Pada laporan penelitian ini teknik nonprobability sampling yang dipilih. Menurut Sugiyono (2015:120), “*nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak diberi peluang/kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. *Nonprobability sampling* terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, *incidental sampling*, sampling jenuh,

purposive sampling dan *snow ball sampling*. Peneliti menggunakan *incidental sampling*, menurut Sugiyono (2015:122) *incidental sampling* adalah metode penetapan sampel dengan memilih sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.3.4 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Auto 2000 Cabang Purwakarta yang membeli mobil toyota atau hanya melakukan *service* kendaraan saja. Responden diteliti meliputi jenis kelamin baik pria maupun wanita dengan rentang usia mulai dari <20 tahun sampai >35 tahun, memiliki pekerjaan mulai dari pelajar/mahasiswa, PNS (Pegawai Negeri Sipil), Wirausaha, Pegawai Swasta dan lainnya, serta berdasarkan pendapatan yang diperoleh perbulan dari <Rp 2.000.000 sampai >5.000.000 dan frekuensi kunjungan. Penelitian ini dilakukan peneliti kepada responden dengan sampel sebanyak 68 responden.

3.4 Sumber Data

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden, khususnya data yang diperoleh berdasarkan jawaban responden terhadap kuesioner maupun wawancara.

2. Data Sekunder

Yaitu data pelengkap yang diperoleh dari sumber yang sudah ada, seperti literatur atau naskah akademik, koran, buku, majalah, dan internet.

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini penulis tidak memiliki seluruh populasi akan tetapi akan mengambil sampel yang representatif mengingat keberadaan waktu, biaya, tenaga serta kompleksitas dari populasi. Dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data yang akan dipergunakan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Penelitian Lapangan

Penulis melakukan penelitian langsung pada objek yang akan diteliti yaitu Auto 2000 Cabang Purwakarta. Data yang diambil secara langsung merupakan data primer, data ini diperoleh melalui kegiatan observasi yaitu pengamatan langsung di perusahaan yang menjadi objek penelitian dan mengadakan wawancara dengan pihak manajemen perusahaan serta penyebaran kuesioner kepada responden Auto 2000 Cabang Purwakarta.

Tujuan penelitian lapangan ini adalah memperoleh data akurat. Adapun data yang diperoleh dengan cara penelitian meliputi:

a. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data primer dari pengamatan langsung ke lapangan dengan mengadakan tanya jawab kepada objek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pelanggan Auto 2000 Cabang Purwakarta.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan pengumpulan data primer dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian disebarakan pada para responden secara langsung sehingga hasil pengisiannya akan lebih jelas dan akurat. Daftar pertanyaan mengenai gambaran umum, perhatian dan pendapat responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Auto 2000 Cabang Purwakarta. Dalam skala pengukuran dalam kuesioner ini menggunakan skala *likert* yang dibuat dalam bentuk *choice* ataupun pilihan ganda.

c. Observasi

Observasi dilakukan dengan pengalaman secara langsung dan mempelajari hal hal yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti di Auto 2000 Cabang Purwakarta guna mengetahui permasalahan yang sebenarnya. Observasi pada penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data primer.

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan (*Library research*) merupakan data sekunder yang diperoleh melalui peninjauan kepustakaan untuk membandingkan kenyataan di lapangan dengan teori sebenarnya. Data tersebut dikumpulkan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku literatur, jurnal ilmiah, internet, dan sumber-sumber yang relevan dengan yang diteliti. Data sekunder merupakan data yang diambil secara tidak langsung yang merupakan data yang telah diolah perusahaan, yaitu berbagai referensi buku, makalah, materi perkuliahan yang berhubungan dengan objek data baik yang akan diteliti oleh penulis. Untuk

memperoleh data sekunder, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a) Jurnal Penelitian Terdahulu

Jurnal penelitian terdahulu adalah penelaahan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan secara ilmiah oleh peneliti terdahulu yang berhubungan dengan topik permasalahan yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan data sekunder guna menunjang penelitian yang dilakukan.

b) Internet

Digunakan untuk mendapatkan data sekunder dengan mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan penelitian yang dipublikasikan melalui internet baik yang berbentuk jurnal, karya ilmiah, ataupun makalah.

3.5 Uji Instrumen

Alat ukur penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena sosial maupun alam (variabel penelitian) yang diamati. Alat ukur penelitian yang akan digunakan harus dapat mengukur variabel penelitian. Alat ukur penelitian yang digunakan berupa kuesioner yang dibuat secara terstruktur, yang di dalamnya terkandung beberapa pernyataan beserta alternative jawaban yang telah disediakan, jawaban yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Kuesioner terstruktur dibuat mengingat satuan pengukuran yang digunakan adalah skoring, yaitu pemberian nilai skor pada tiap alternative jawaban yang disediakan dalam pernyataan penelitian.

Tingkat pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal. Skala ordinal merupakan skala pengukuran yang memberikan informasi tentang jumlah relative karakteristik berbeda yang dimiliki oleh objek atau individu tertentu. Tingkat pengukuran ini mempunyai informasi skala nominal ditambah dengan sarana peringkat relative tertentu yang memberikan informasi apakah suatu obyek memiliki karakteristik yang lebih atau kurang tetapi bukan berapa banyak kekurangan dan kelebihanannya. Kategori jawaban bersifat tertutup tersendiri dari lima pilihan dengan menggunakan skala *likert*.

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016:269) uji validitas adalah suatu derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Validitas sebagai salah satu derajat ketetapan atau keandalan pengukuran instrument mengenai isi pertanyaan. Teknik yang digunakan dalam uji validitas ini, yaitu teknik korelasi melalui koefisien dengan rumus *Pearson Product Moment*. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid, oleh karena itu semua pertanyaan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Cara mencari nilai korelasi adalah 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 r product moment r = Koefisien validitas item yang

dicari x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item y = Skor total

instrumen n = Jumlah responden dalam uji instrument Σx = Jumlah

hasil pengamatan variabel X

Σy = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

Σxy = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

Σx^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X Σy^2

= Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar mengambil keputusan :

a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan tidak

berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid Menurut Sugiyono

(2016:179) adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014:27) Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data 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.

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, dikelompokkan 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:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi product moment

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadran total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus

korelasi Spearman Brown sebagai berikut :

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

Keterangan :

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.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *likert* didalam kuesioner. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Dalam skala *likert*, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrument berupa pernyataan. Jawaban dari setiap item instrument dimana alternative jawaban dengan menggunakan skala *likert* yaitu dengan memberikan skor pada setiap jawaban pertanyaan alternatif, berikut adalah kriteria penilaian yang digunakan pada skala *likert* :

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

Jawaban Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2016:137)

Bobot skor ini hanya memudahkan bagi responden dalam menjawab setiap pertanyaan yang ada pada kuesioner. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian, peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependen 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, cukup setuju, 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 skor rata – rata diketahui, maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini :

NJI (Nilai Jenjang Interval) = *Nilai Tertinggi–Nilai terendah*

Jumlah kriteria Pertanyaan

Keterangan :

Nilai tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

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

Maka dapat kita tentukan kategori skala sebagai berikut:

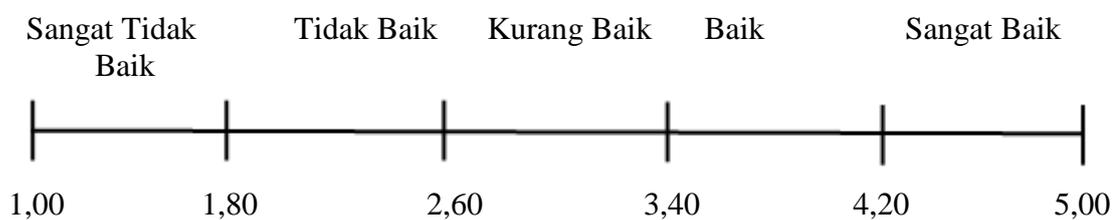
- a. Jika memiliki kesesuaian 1,00 – 1,80 : Sangat tidak baik
- b. Jika memiliki kesesuaian 1,81 – 2,60 : Tidak baik
- c. Jika memiliki kesesuaian 2,61 – 3,40 : Kurang baik
- d. Jika memiliki kesesuaian 3,41 – 4,20 : Baik
- e. Jika memiliki kesesuaian 4,21 – 5,00 : Sangat baik

Tabel 3.4
Kategori Skala

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

Sumber : Sugiyono (2017)

Untuk mengklasifikasikannya dapat dilihat pada garis kontinum sebagai berikut :



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Sumber Sugiyono (2017)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan statistik. Beberapa metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

3.6.2.1 Method Of Succesive Interval (MSI)

Sebelum data analisis lebih lanjut, untuk data berskala ordinal perlu dirubah menjadi interval dengan teknik method succesive interval langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Tentukan secara tegas variabel apa yang akan dicari, diukur, diteliti, diolah untuk mendapatkan hasil yang baik.
- b. Tentukan berapa responden yang memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
- c. Setiap frekuensi pada reponden dibagi dengan keseluruhan responden disebut sebagai proporsi.
- d. Tentukan proporsi kumulatif (proporsi kumulatif mendekati distribusi).
- e. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tentukan nilai.
- f. Tentukan nilai densitas untk setiap nilai y yang diperoleh.
- g. Menentukan nilai skala (*scala values*)

$$SV = \frac{\text{Density of Lower Limit} - \text{Density of Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

$$\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}$$

- h. Menentukan nilai transformasi :

$$Y = sv + [K]$$

Dimana : $K = 1 + SV \text{ min}$

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan lokasi (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (kepuasan pelanggan)

a = Bilangan konstanta

e = Tingkat kesalahan (*standard error*)

β_1 β_2 dan β_3 = Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi

X_1 = Variabel bebas (kualitas pelayanan)

X_2 = Variabel bebas (harga)

X_3 = Variabel bebas (lokasi)

3.6.4 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3) dan kepuasan pelanggan (Y), dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r^2 = Koefisien korelasi berganda

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

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi

= 1, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2, X_3

Apabila r
dan Y

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

Apabila r = 0, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel 3.5 dibawah ini:

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)

3.6.5 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono 2014:64). 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 Kualitas pelayanan (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3) dan Y (kepuasan pelanggan).

3.6.5.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen, 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 :

1. $H_0 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0$, tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan lokasi (X_3) terhadap kepuasan pelanggan.
2. $H_1 = \beta_1 \beta_2 \beta_3 \neq 0$ terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan lokasi (X_3) terhadap kepuasan pelanggan.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

R² = 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 H₀ jika F hitung > F tabel – H₁ diterima (signifikan)

Terima H₀ jika F hitung < F tabel – H₁ ditolak (tidak signifikan)

3.6.5.2 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_{a1}: b₁ ≥ 0, artinya terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2) $H_{a2}: b_2 \geq 0$, artinya terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan

3) $H_{a3}: b_3 \geq 0$, artinya terdapat pengaruh positif lokasi kepuasan pelanggan. Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan signifikansi 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus:

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

rp = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis t hitung dibandingkan dengan ketentuan sebagai berikut:

1) Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi :

a) Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.

b) Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

2) Dengan membandingkan t hitung dengan table :

a) Jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

b) Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.

3.6.5.3 Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi (r^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dinyatakan

dalam presentase yang nilainya berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan), rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi product moment

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Adapun koefisien determinasi parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (terpisah), berikut rumus koefisien determinasi parsial :

$$Kd = \beta \times \text{Zero order}$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

B = Nilai *standardized coefficients*

Zero Order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat Nilai

koefisien determinasi (K_d) yakni antara 0 sampai 1 ($0 \leq K_d \leq 1$).

- a) Jika nilai $K_d = 0$ berarti tidak ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
- b) Jika nilai $K_d = 1$ berarti variasi (naik/ turunnya) variabel dependen (Y) adalah 100% dipengaruhi oleh variabel independen (X).
- c) Jika nilai K_d berada diantara 0 dan 1 ($0 \leq K_d \leq 1$) maka besarnya pengaruh variabel independen terhadap variasi (naik/ turunnya) variabel dependen adalah sesuai dengan nilai K_d itu sendiri, dan selebihnya berasal dari faktor-faktor lain.

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, responden tinggal memilih pernyataan/pertanyaan yang sudah disediakan peneliti, skala pengukuran yang digunakan adalah *likert scale*, pada setiap jawaban akan diberikan skor dengan ketentuan sebagai berikut :

1. SS = Sangat Setuju (5 Point)
2. S = Setuju (4 Point)

3. R = Ragu (3 Point)

4. TS = Tidak Setuju (2 Point)

5. STS= Sangat Tidak Setuju (1 Point)

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan penulis di lingkungan Auto 2000 Cabang Purwakarta Jl. Veteran No. 223 Purwakarta. Waktu penelitian dimulai tanggal 13 November 2019 sampai dengan 9 Maret 2020.