

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Gambaran Obyek dan Jenis Penelitian

##### 3.1.1. Obyek Penelitian

Penelitian dilakukan di Oop's Oil Supermarket & Service Station Jalan Jemursari 258 Surabaya. Obyek yang diteliti adalah pelanggan yang pernah menggunakan pelayanan jasa ganti oli di Oop's.

##### 3.1.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menghasilkan data dapat menggambarkan komposisi dan karakteristik populasi atau sekelompok unit penelitian seperti karakteristik pelanggan. Sedangkan penelitian kausal, menurut Umar (2000:105) berguna untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Sifat hubungannya asimetris yaitu hubungan yang terjadi akibat dari variabel bebas (X) terhadap variabel tidak bebasnya (Y).

Penelitian ini termasuk dalam kategori *ex post facto*. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara non probabilitas (*non-probability sampling*). Melalui cara ini semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Dari non-probabilitas tersebut dipilih melalui *judgment sampling* yaitu dengan memandang *most conveniently available* dalam mendapatkan *specific*

*target* yaitu pelanggan dengan kendaraan berplat nomer hitam (tidak termasuk sopir) atau pengambilan elemen-elemen dilakukan dengan sengaja dengan catatan bahwa sample tersebut *representative* atau mewakili populasi.

### **3.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel**

Menurut pendapat Gay yang dikutip oleh Umar (2000:147) mengemukakan bahwa porsi sampling dalam penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel cara desain deskriptif yaitu minimal sepuluh persen (10%) dari populasi.

Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak manajemen Oop's, jumlah pengunjung selama rata-rata tiga bulan terakhir (Juli-September 2001) untuk ganti oli adalah 40 mobil/hari. Satu bulan ada 30 hari kerja sehingga total mobil yang melakukan penggantian oli selama satu bulan adalah 1200. Peneliti mengambil 10% dari 1200. Jadi jumlah sampel 120 orang.

Sedangkan karakteristik sampelnya adalah pelanggan yang pernah menggunakan pelayanan dari Oop's minimum 1 (satu) kali, yang merupakan konsumen akhir (individual), berusia 17 tahun keatas, baik pria maupun wanita.

### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1. Sumber Data**

- a. Data Primer (*primary data*) yaitu data yang dikumpulkan langsung melalui obyeknya (sumber pertama), baik dari hasil wawancara, maupun dari hasil mempergunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang dibuat sedemikian rupa, sehingga tujuannya menjadi jelas bagi responden.

- b. Data sekunder (*secondary data*) yaitu data yang telah diolah lebih lanjut yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi berupa publikasi, dengan tujuan untuk memperoleh kerangka pemikiran yang jelas dan menyeluruh, seperti dukungan kerangka teori yang dapat menjelaskan semua pengertian-pengertian dan definisi dari variabel-variabel yang relevan dalam penelitian ini.

### 3.3.2. Prosedur Penelitian

1. Melakukan studi kepustakaan

Studi kepustakaan ini memberikan landasan bagi perumusan hipotesis, penyusunan kuesioner dan pembahasan teoritis. Penulis juga membaca beberapa artikel yang relevan dari majalah dan surat kabar, selain pembahasan diambil dari buku-buku pemasaran dan buku-buku lain yang berkaitan dengan materi.

2. Penelitian lapangan

Penelitian ini mencakup:

- a. Survei pendahuluan (*pretest*), digunakan untuk mendeteksi kelemahan-kelemahan dalam instrumen. Tes pendahuluan melibatkan para kolega pengganti responden atau responden sebenarnya, untuk mengevaluasi dan memperbaiki instrumen yang sedang diukur.
- b. Uji menggunakan sarana kuesioner.

### 3.3.3. Instrumen Penelitian

Sebagai alat penelitian digunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang ditujukan kepada pelanggan *Oop's Oil Supermarket & Service Station*. Untuk membuat kuesioner yang ada, penulis menggunakan teori-teori yang sudah ada sebelumnya yaitu teori kualitas jasa dari Zeithaml yang dikutip Umar (2000:234-236) dan juga teori kepuasan pelanggan dari Wellington (2000:80-88).

### 3.3.4. Prosedur Pengumpulan Data

Pengisian kuesioner dilakukan setiap hari, dan waktunya disesuaikan antara waktu jam buka *Oop's*, serta waktu yang dimiliki oleh penulis.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yaitu: tindakan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan responden memberikan respon tentang kualitas pelayanan dari *Oop's*.

## 3.4. Metode dan Teknik Analisis Data

Penelitian ini mencari hubungan sebab akibat (kausal) antara variabel yang menjadi penyebab atau variabel pengaruh (variabel independen) dan variabel yang menjadi akibat atau variabel terpengaruh (variabel dependen). Persamaannya adalah; dimana  $X$  = variabel independen dan  $Y$  = variabel dependen.

Variabel bebas yang diuji berfungsi sebagai variabel kontrol terdiri dari variabel-variabel yang ada dalam dimensi kualitas pelayanan. Sedangkan variabel terikatnya atau variabel akibatnya adalah variabel kepuasan pelanggan.

Karena penelitian ini mempunyai lima variabel independen maka dinyatakan dengan perubah  $X_1, X_2, X_3, \dots, X_5$ . Pada skripsi ini sebagai  $X_1 = reliability, X_2 = responsiveness, X_3 = assurance, X_4 = empathy, X_5 = tangible$ .

Persamaan variabelnya harus diuji dengan mencari nilai koefisien regresinya. Apabila semua koefisien regresinya signifikan dan nilai variabel independen telah ditentukan, persamaan regresi yang diperoleh dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen.

Model penelitian ini memakai persamaan Regresi Linear Berganda yang menurut Santoso dan Tjiptono (2001:195) dalam Riset Pemasaran – Konsep dan Aplikasi dengan SPSS, analisis regresi berganda bertujuan untuk mencari seberapa besar pengaruh sebuah variabel pada variabel yang lain, dimana didalamnya terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Dalam hal ini persamaan regresinya ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Dimana Y adalah variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan, sedangkan a adalah konstanta, lalu  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_n$  adalah koefisien regresinya, selanjutnya  $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$  adalah variabel bebas.

### 3.5. Instrumen Pengumpulan Data

Responden atau *interviewee* diminta memberikan respon atas pertanyaan yang diajukan oleh *interviewer*. Pola *interview* menggunakan *structuring interview* dengan membuat pertanyaan yang terstruktur untuk mendapatkan data. Bentuk pertanyaan yang dibuat menggunakan metode *direct response* dengan maksud pertanyaannya sudah diarahkan agar tidak terlalu luas.

Pendekatan ini dapat lebih diandalkan jika pertanyaannya jelas dan tidak mendua. *Interviewer* akan memberikan pertanyaan dengan maksud terjadinya persamaan atau maksimalisasi homogenitas responden yaitu pelanggan Oop's terhadap kata kunci yang sudah ditentukan dalam kuesioner.

### 3.6. Teknik Skala dan Aras Pengukuran

Menggunakan skala model *semantic differential*. Skala ini berusaha untuk mengukur arti obyek atau konsep bagi seorang responden. Responden diminta untuk menilai suatu obyek atau konsep pada suatu skala yang mempunyai dua ajektif yang bertentangan guna menghindari kemungkinan jawaban tidak hanya sekedar 'setuju' atau 'tidak setuju' saja, melainkan dibuat dengan lebih banyak kemungkinan jawaban. Skala tertinggi adalah 7 (sangat puas) sampai skala terendah ialah 1 (sangat tidak puas).

### 3.7. Uji Statistik

Tujuan uji statistik adalah untuk menguji hipotesis dengan melihat sampai seberapa jauh pengaruh variabel ( $X_1, \dots, X_n$ ) yang menjadi penyebab (variabel independen) mempunyai pengaruh terhadap terhadap variabel (Y) atau variabel terpengaruh (variabel dependen).

Maka perhitungan koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel pengaruh terhadap variabel terpengaruh.

Bila koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) mendekati angka satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel pengaruh terhadap variabel terpengaruh semakin besar. Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan semakin kuat menerangkan variasi variabel terpengaruhnya. Sebaliknya, bila nilai koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) mendekati nol (0) maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel pengaruh terhadap variasi variabel terpengaruh semakin kecil.

Dengan menggunakan uji regresi secara simultan atau uji F yang serentak digunakan untuk mengetahui variabel pengaruh secara bersama-sama berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terpengaruh.

Untuk pengujian ini, nilai  $F_{hitung}$  dibanding dengan nilai  $F_{tabel}$  pada taraf nyata ( $\alpha$ ) yang digunakan sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan  $df = (k - 1), (n - k - 1)$ , maka bila nilai  $F_{hitung}$  sama dengan nilai  $F_{tabel}$  diperoleh jawaban  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, langkah-langkah ujinya adalah sebagai berikut:

1. Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

$$H_0 = B_1 = B_2 = B_3 = B_5 = 0$$

$$H_1 \neq B_1 \neq B_2 \neq B_3 \neq B_5 \neq 0$$

Yang dinyatakan dalam:

$H_0$  = Tidak terdapat pengaruh antara kualitas jasa dengan kepuasan pelanggan (studi kasus di *Oop's Oil Supermarket & Service Station*).

$H_1$  = Terdapat pengaruh antara kualitas jasa dengan kepuasan pelanggan (studi kasus di *Oop's Oil Supermarket & Service Station*).

2. Menentukan *level of significance* sebagai berikut:

1. *Level of Significant*:  $5\% = 0,05$

2. *Level of Confidence*:  $95\% = 0,95$

3. Menetapkan kriteria pengujian sebagai berikut:

a. Apabila nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $F_{tabel}$  atau  $P > 0,05$  maka  $H_0$  = diterima, dan  $H_1$  = ditolak.

b. Apabila nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  atau  $P < 0,05$  maka  $H_0$  = ditolak, dan  $H_1$  = diterima.

Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara  $t_{hitung}$  masing-masing variabel pengaruh dengan  $t_{tabel}$  pada taraf nyata ( $\alpha$ ) yang digunakan sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan  $df = (n - k)$ . Dimana  $n$  = jumlah sampel;  $k$  = jumlah variabel bebas.

Seluruh perhitungan menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Program for Social Science*) for Windows version 10.1.