

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan atau (*library research*), yakni penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data atau karya tulis ilmiah yang bertujuan dengan objek penelitian atau mengumpulkan sejumlah buku-buku, jurnal, atau karya tulis ilmiah yang berkaitan dengan objek.<sup>1</sup>

#### B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang didasari oleh filsafat positivisme yaitu ilmu yang valid atau kaidah-kaidah ilmiah, seperti empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis.<sup>2</sup> Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif dipakai untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, menunjukkan hubungan antar variabel.<sup>3</sup> Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat seberapa jauh variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Dalam penelitian ini akan dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independen yaitu: Kualitas *Reliability* ( $X_1$ ), *Responsiveness* ( $X_2$ ), *Assurance* ( $X_3$ ), *Emphaty* ( $X_4$ ),

---

<sup>1</sup> Yahya Pengurante, Penelitian Kepustakaan Yahya, <https://www.academia.edu>. Diunduh pada 13 Desember 2017 jam 13.45

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 7

<sup>3</sup> *Ibid.*,

*Tangible* ( $X_5$ ) terhadap variabel dependen yaitu: Kepuasan pelanggan (Y) pada D' Mover Car Wash Anduring Padang.

### C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan peneliti di D'Mover Car Wash Jln. M. Yunus No. 37 Anduring Padang, dimulai dari bulan Agustus 2017 sampai dengan selesai.

### D. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian.<sup>4</sup> Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan pada D'Mover Car Wash Anduring Padang.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan anggota populasi, yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel dapat juga didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.<sup>5</sup> Karena tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang diteliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis isi dan analisis data sekunder*, (Depok : PT. Rajagrafindo Persada, 2010), h.76

<sup>5</sup> *Ibid.*, h. 77

<sup>6</sup> Riduan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 240

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kebetulan atau *Accidental sampling* yang merupakan sampel *non probability*. *Accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.<sup>7</sup>

Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui karena banyaknya Pelanggan D'Mover Car Wash Anduring Padang. Dengan demikian rumus yang digunakan dalam menghitung ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Wibisono*, yaitu:<sup>8</sup>

$$n = \left( \frac{Z\alpha/2\sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

$Z\alpha$  : Nilai table Z = 0.05

$\sigma$  : Standar deviasi populasi = 0,25

e : Keakuratan = 95%

Berdasarkan pada rumus tersebut, maka perhitungan untuk jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \left( \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

<sup>7</sup> Nanang Martono, *op.cit.*, h. 80

<sup>8</sup> Ridwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 255

Agar memudahkan peneliti untuk mengolah data, maka sampel dibulatkan menjadi 96 sampel atau responden.

## E. Jenis dan Sumber Data

### 1. Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara).<sup>9</sup> Data ini juga dapat diperoleh dari pengisian kuesioner, observasi, dan lainnya.<sup>10</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel atau diagram. Data sekunder ini digunakan untuk diproses lebih lanjut.<sup>11</sup>

## F. Defenisi Operasional

Adapun defenisi operasinal pada penelitian ini adalah :

### 1. Variabel Independen (variabel bebas)

#### a. *Reliability* ( $X_1$ )

Kehandalan (*Reliability*) yaitu merupakan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat

---

<sup>9</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Metodologi Penelitian: pendekatan praktis dalam penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2010), h. 44

<sup>10</sup> P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), h. 87

<sup>11</sup> A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 42

dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan.<sup>12</sup> Adapun indikator-indikator *Reliability* dalam penelitian ini:

- 1) Kemampuan dalam memecahkan masalah pelanggan
- 2) Konsistensi kerja
- 3) Ketetapan dalam pemenuhan janji
- 4) Ketelitian dalam melakukan pekerjaan
- 5) Kecepatan dalam bekerja

b. *Responsiveness* (X<sub>2</sub>)

Yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tangap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi serta penanganan keluhan pelanggan.<sup>13</sup> Adapun indikator-indikator *Responsiveness* dalam penelitian ini:

- 1) Kejelasan informasi yang dibutuhkan
- 2) Cara karyawan menyambut pelanggan yang datang
- 3) Tingkat pemahaman karyawan

<sup>12</sup> Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h.

<sup>13</sup> *Ibid.*,

c. *Assurance* ( $X_3$ )

*Assurance* adalah pengetahuan terhadap jasa secara tepat, kesopanan santunan karyawan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan memberikan keamanan dan menanamkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan.<sup>14</sup> Adapun indikator-indikator *Assurance* dalam penelitian ini:

- 1) Sikap karyawan dalam memenuhi kepuasan pelanggan
- 2) Sikap karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan
- 3) Jaminan jika hasil kerja tidak memuaskan

d. *Emphaty* ( $X_4$ )

*Emphaty* yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.<sup>15</sup> Adapun indikator- indikator *Emphaty* dalam penelitian ini:

- 1) Perhatian pribadi yang diberikan kepada pelanggan dalam hal pelayanan

---

<sup>14</sup> Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran jasa di Indonesia buku 2* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 167

<sup>15</sup> *Ibid.*, h. 182

2) Kemudahan dalam melakukan hubungan

e. *Tangible* ( $X_5$ )

Bukti fisik (*tangible*) yaitu tersediannya fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi serta yang lainnya yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui bagaimana bukti fisik yang paling tepat.<sup>16</sup> Adapun indikator-indikator *Tangible* dalam penelitian ini:

- 1) Kelengkapan fasilitas fisik
- 2) Kondisi lingkungan tempat cucian
- 3) Area cucian
- 4) Kondisi ruang tunggu

2. Variabel Dependen (variabel terikat)

- a. Kepuasan pelanggan (Y) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (*discinfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual jasa yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin

---

<sup>16</sup> <http://www.MerrysetiakusumaputriandSetiyobudiadi.jurnalPengaruhKualitasLayananTerhadapKepuasanKonsumendiaksespada22Oktober2017jam14.25>

banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi, iklan.<sup>17</sup> Adapun indikator-indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini:

- 1) Perasaan puas atas pelayanan yang diberikan
- 2) Perasaan puas atas kesopanan dan keramahan yang diberikan
- 3) Perasaan puas atas fasilitas yang disediakan
- 4) Perasaan puas atas keamanan, kenyamanan dan kebersihan
- 5) Perasaan puas atas kemampuan yang dimiliki karyawan

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Alat Ukur
1	Reliability ( $X_1$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan dalam memecahkan masalah pelanggan</li> <li>2. Konsistensi kerja</li> <li>3. Ketetapan dalam pemenuhan janji</li> <li>4. Ketelitian dalam melakukan pekerjaan</li> <li>5. Kecepatan dalam bekerja</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan pengaduan pelanggan dengan cepat dan handal di D'Mover Car Wash Padang</li> <li>2. Karyawan konsistensi dalam melakukan pelayanan</li> <li>3. Prosedur antrian pelayanan baik di D'Mover Car Wash Padang</li> <li>4. Karyawan D'Mover Car Wash Padang teliti dalam bekerja</li> <li>5. Karyawan D'Mover Car Wash Padang cepat dalam</li> </ol>	Skala Likert

<sup>17</sup> Fredy Rangkuti, *Riset Pemasaran*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1997 ), h. 24



			bekerja	
2	Responsiveness (X <sub>2</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kejelasan informasi yang dibutuhkan</li> <li>2. Cara karyawan menyambut pelanggan yang datang</li> <li>3. Tingkat pemahaman karyawan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Karyawan D'Mover Car Wash Padang memberi informasi yang jelas dan mudah di mengerti</li> <li>2. Karyawan D'Mover Car Wash Padang cepat merespon pelanggan yang datang</li> <li>3. karyawan memahami keinginan pelanggan</li> </ol>	Skala Likert
3	Assurance (X <sub>3</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sikap karyawan dalam memenuhi kepuasan pelanggan</li> <li>2. Sikap karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan</li> <li>3. Jaminan jika hasil kerja tidak memuaskan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelanggan merasa aman dalam melakukan cucian di D'Mover Car Wash Padang</li> <li>2. D'Mover Car Wash Padang memiliki citra yang positif di mata masyarakat</li> <li>3. Karyawan D'Mover Car Wash Padang mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan</li> <li>4. Adanya ganti rugi apabila terjadi kesalahan yang dilakukan oleh karyawan</li> </ol>	Skala Likert
4	Emphaty (X <sub>4</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perhatian pribadi yang diberikan kepada pelanggan dalam hal pelayan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Karyawan D'Mover Car Wash Anduring Padang tidak memandang</li> </ol>	Skala Likert

		2. Kemudahan dalam melakukan hubungan	<p>status sosial pelanggan</p> <p>2. Karyawan D'Mover Car Wash Padang memperlakukan pelanggan dengan penuh kesabaran dan penuh perhatian</p> <p>3. Keramahan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan</p> <p>4. Karyawan D'Mover Car Wash Padang mudah dihubungi pelanggan dan mengutamakan kepentingan pelanggan</p>	
5	Tangible ( $X_5$ )	<p>1. Kelengkapan fasilitas fisik</p> <p>2. Kondisi Lingkungan</p> <p>3. Area cucian</p> <p>4. Kondisi ruang tunggu</p>	<p>1. Peralatan, perlengkapan dan sarana yang modern di D'Mover Car Wash Padang</p> <p>2. Kondisi lingkungan tempat cucian bersih dan nyaman</p> <p>3. D'Mover Car Wash Padang memiliki tempat cucian yang cukup luas</p> <p>4. Ruang tunggu D'Mover Car Wash Padang cukup nyaman</p>	Skala Likert
6	Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Perasaan puas atas pelayanan yang diberikan	1. Saya merasa puas dengan pelayanan yang cepat dan tepat yang diberikan D'Mover Car	Skala Likert

		<p>2. Perasaan puas atas keramahan dan kesopanan yang diberikan</p> <p>3. Perasaan puas atas fasilitas yang disediakan</p> <p>4. Perasaan puas atas keamanan, kenyamanan, dan kebersihan</p> <p>5. Perasaan puas atas kemampuan yang dimiliki karyawan</p>	<p>Wash Padang</p> <p>2. Saya merasa puas dengan keramahan dan kesopanan yang dimiliki D'Mover Car Wash Padang</p> <p>3. Saya merasa puas dengan fasilitas yang disediakan oleh D'Mover Car Wash Padang</p> <p>4. Saya merasa puas dengan keamanan, kenyamanan, dan kebersihan D'Mover Car Wash Padang</p> <p>5. Saya merasa puas dengan kemampuan yang dimiliki oleh D'Mover Car Wash Padang</p>	
--	--	--	---	--

**Sumber : Data Primer diolah, Tahun 2018**

### G. Instrument Penelitian

Instrumen adalah suatu alat untuk mengumpulkan data. Instrument penelitian ini biasa dikembangkan dengan bantuan kajian teori, definisi operasional variabel bebas (*independen*), dan variabel terikat (*dependen*) yang selanjutnya dikembangkan dengan penjabaran indikator-indikator.

Instrumen untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah berupa kuisisioner yang disusun dengan menggunakan skala likert (bertingkat) dengan lima *alternatife* jawaban dan masing-masing diberi skor.<sup>18</sup> Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka

<sup>18</sup> Sugiyono, *op.cit.*, h. 107

variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk itu digunakan indikator variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ,  $X_5$  dan  $Y$  berupa pernyataan yang diberikan memiliki alternatif jawaban. Alternatif jawaban adalah sebagai berikut :<sup>19</sup>

**Tabel 3.2**  
**Bobot Penilaian Skala Likert**

<b>Pernyataan</b>	<b>Bobot</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : *Burhan Bungin*, 2005

#### **H. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (kuesioner). Kuesioner berasal dari bahasa latin yaitu *Questionnaire* yang berarti suatu rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu diberikan pada sekelompok individu dengan maksud untuk memperoleh data.<sup>20</sup> Teknik angket (kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan serta pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar tersebut.<sup>21</sup> Kuesioner yang dibagikan hanya untuk pelanggan yang sudah lebih

<sup>19</sup> *Ibid.*, h. 108

<sup>20</sup> A. Muri Yusuf, *op.cit.*, h. 199

<sup>21</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004) h. 49

dari satu kali menggunakan jasa cucian pada D'Mover Car Wash Anduring Padang ini.

## I. Uji Coba Penelitian

Untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya, maka digunakan dua macam pengujian, yaitu :

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji analisis yang bertujuan untuk melihat seberapa kuat variabel-variabel yang diukur dengan variabel lain. Validitas menggambarkan bahwa pernyataan yang digunakan mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur (valid). Dari proses analisis dengan korelasi *product moment*, maka instrumen dinyatakan valid jika nilai *corrected item correlation* (r) lebih besar dari 0,3610.<sup>22</sup> Untuk menguji validitas instrumen digunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut :<sup>23</sup>

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

Dimana :

r = Koefisien korelasi suatu item dengan item total

$\sum X$  = Jumlah skor setiap item

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat skor item

<sup>22</sup> Idris, *Aplikasi Model Data Kuantitatif Dengan Program SPSS*, (Padang : Universitas Negeri Padang, 2012), h. 8

<sup>23</sup> Syopian Siregar, *Stasistik Deskriptip Untuk Penelitian*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h. 121

$\Sigma Y$  = Jumlah skor seluruh item

$\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat skor seluruh item

$\Sigma XY$  = Jumlah hasil kali skor seluruh item

N = Jumlah responden

Kriteria pengujiannya adalah jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berarti valid, sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  berarti tidak valid.

Pada penelitian ini penulis melakukan uji coba validitas terhadap 30 orang responden. Dari hasil uji validitas ternyata pertanyaan di dalam kuesioner valid. Hasil pengujian bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.3**  
**Uji Validitas**

Variabel	No item	Standar	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Reliability (X <sub>1</sub> )	Q1	0,361	0,703	Valid
	Q2	0,361	0,715	Valid
	Q3	0,361	0,572	Valid
	Q4	0,361	0,634	Valid
	Q5	0,361	0,475	Valid
Responsiveness (X <sub>2</sub> )	Q6	0,361	0,518	Valid
	Q7	0,361	0,690	Valid
	Q8	0,361	0,638	Valid
Assurance (X <sub>3</sub> )	Q9	0,361	0,776	Valid
	Q10	0,361	0,571	Valid
	Q11	0,361	0,753	Valid

	Q12	0,361	0,366	Valid
Emphaty (X <sub>4</sub> )	Q13	0,361	0,613	Valid
	Q14	0,361	0,557	Valid
	Q15	0,361	0,587	Valid
	Q16	0,361	0,467	Valid
Tangible (X <sub>5</sub> )	Q17	0,361	0,805	Valid
	Q18	0,361	0,410	Valid
	Q19	0,361	0,835	Valid
	Q20	0,361	0,631	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Q21	0,361	0,697	Valid
	Q22	0,361	0,701	Valid
	Q23	0,361	0,575	Valid
	Q24	0,361	0,715	Valid
	Q25	0,361	0,614	Valid

**Sumber:** Data Primer diolah, Tahun 2018

Berdasarkan tabel 3.3 dapat diketahui bahwa dari 25 item pertanyaan semuanya valid, dimana nilai *corrected item-total correlation* > dari nilai kritis 0,361. Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa item pernyataan variabel *reliability* (X1), *responsiveness* (X2), *assurance* (X3), *emphaty* (X4), *tangible* (X5) dan kepuasan pelanggan (Y) dinyatakan valid. Jadi dapat diambil semua item pernyataan kuesioner yang terdapat pada semua variabel yang dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya ukuran dalam penggunaannya. Instrument yang reliable adalah instrument yang

bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, atau jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji ini juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran pada subjek yang sama atau dengan kata lain untuk menunjukkan adanya kesesuaian antara sesuatu yang diukur dengan alat pengukuran yang dipakai. Sedangkan untuk mengukur koefisien keandalan (reliability) kusioner digunakan rumus *Croanbach alpa*, yaitu :<sup>24</sup>

$$r_{tt} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Dimana :

$r_{tt}$  = Koefesien reliabilitas

$k$  = Banyak butir pertanyaan atau banyaknya jumlah item

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians skor item

$\sigma_1^2$  = Varians skor total

Tingkat reliabilitas dengan metode *Cronbach Alpha* diukur berdasarkan skala alpha 0 (nol) sampai 1 (satu). Adapun kriteria pengujian reliabilitas adalah jika  $r_{tt} \geq r_{tabel}$  berarti reliable, sebaliknya jika  $r_{tt} \leq r_{tabel}$  berarti tidak reliable.  $r_{tabel}$  mengacu tabel r untuk uji satu arah.

<sup>24</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 196



**Tabel 3.4**  
**Realiabel Variabel**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kepuasan pelanggan (Y)	0.759	Reliabel
2	Reliability (X <sub>1</sub> )	0.739	Reliabel
3	Responsiveness (X <sub>2</sub> )	0.701	Reliabel
4	Assurance (X <sub>3</sub> )	0.728	Reliabel
5	Emphaty (X <sub>4</sub> )	0.683	Reliabel
6	Tangible (X <sub>5</sub> )	0.771	Reliabel

*Sumber:* Data Primer diolah, Tahun 2018

Berdasarkan tabel 3.4 hasil uji reliabilitas dari masing-masing variabel penelitian dinyatakan untuk reliabilitas angket semua variabel reliabel yang mempunyai koefisien alpha yaitu diatas 0,60. Jadi angket telah memenuhi syarat sebagai alat pengumpulan data.

## J. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam menginterpretasikan data-data sebagai berikut :

### 1. Analisis Deskriptif

Teknik analisis yang digunakan berupa teknik analisis deskriptif kuantitatif, dimana data utama merupakan sumber dari jawaban responden melalui lembar kuesioner dan akan dianalisis sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Dengan demikian penulis akan membahasnya dalam bentuk persentase-persentase.

a. Verifikasi Data

Verifikasi data adalah pemeriksaan kembali kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk memastikan apakah semua pertanyaan sudah dijawab dengan lengkap atau tidak oleh responden.

b. Menghitung Nilai Jawaban

Perhitungan nilai jawaban dilakukan dengan cara :

1) Menghitung Nilai Jawaban

Menghitung nilai jawaban adalah menghitung frekuensi dari jawaban yang diberikan responden atas setiap item pertanyaan yang diajukan. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan persentase jawaban dari responden. Perhitungan persentase menggunakan rumus sebagai berikut :

$$p = \frac{\text{frekuensi } (f)}{\text{jumlah responden } (N)} \times 100 \%$$

Keterangan :

P = Persentase hasil yang diperoleh

f = Frekuensi hasil yang diperoleh

N = Jumlah reponden yang dijadikan sampel

100 = Angka tetap persentase

2) Menghitung Rata-rata Skor

Menghitung rata-rata skor total item dengan menggunakan rumus :

$$p = \frac{\sum f_i w}{\sum f_i}$$

Keterangan :

$f_i$  = Frekuensi

$w$  = Bobot

### 3) Menghitung Nilai Rata-rata Jawaban

Menghitung nilai rata-rata jawaban responden dengan rumus sebagai berikut :

$$Mean = \frac{\sum x_i}{n}$$

Keterangan :

$\sum x_i$  = Skor total

$n$  = Jumlah responden

### 4) Menghitung Nilai Tingkat Capaian Responden

Menghitung nilai TCR masing-masing kategori dari deskriptif variabel, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$TCR = \frac{R_s}{n} \times 100 \%$$

Keterangan :

TCR = Tingkat capaian responden

$R_s$  = Rata-rata skor jawaban responden (Rerata)

$N$  = Nilai skor jawaban

Kriteria jawaban responden menurut Riduwan ada lima kriteria, yaitu :<sup>25</sup>

a) Interval jawaban 81 % - 100 % kategori jawaban sangat kuat.

b) Interval jawaban 61 % - 80 % kategori jawaban kuat.

<sup>25</sup> Riduwan Akdon, Rumus dan Data dalam Analisis Statistik, (Jakarta : Alfabeta, 2007), h. 220

- c) Interval jawaban 41 % - 60 % kategori jawaban cukup.
- d) Interval jawaban 21 % - 40 % kategori jawaban lemah.
- e) Interval jawaban 0 % - 20 % kategori jawaban sangat lemah.

## 2. Analisis Induktif

### a. Uji Asumsi Klasik

Adapun pembagian dari asumsi klasik yaitu :

#### 1) Uji normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data variabel *independen* dan data variabel *dependen* adalah normal. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.<sup>26</sup> Normal atau tidaknya distribusi sebuah data dapat dilihat dengan menggunakan *Uji One Simple Kolmogorov Smirnov*. Distribusi data yang dikatakan normal jika nilai signifikansi  $> 0,05$ .

#### 2) Uji Multikolinearitas

Analisis ini dapat menggunakan SPSS, berguna untuk melihat apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel *independen* dengan variabel *dependen*. Asumsi multikolinearitas menyatakan adanya bahwa variabel independen harus bebas dari segala multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat

---

<sup>26</sup> Suliyanto, *Ekonomi Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, 2011, (Yogyakarta : Andi), h. 75

toleransi variabel dan *Variance Inflation Faktor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut :

- a)  $VIF < 5$ , maka tidak terdapat multikolinearitas
- b)  $VIF > 5$ , maka variabel tersebut mempunyai multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

### 3) Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atas suatu pengamatan lain. Jika suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut *homokedastisitas* dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Dalam uji ini, apabila hasilnya  $Sig > 0,05$ , maka tidak terdapat gejala *heterokedastisitas*, model yang baik adalah tidak terjadinya heterokedastisitas.

### b. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara tidak parsial atau secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

X<sub>1</sub> : Reliability

X<sub>2</sub> : Responsiveness

X<sub>3</sub> : Assurance

- $X_4$  : Emphaty  
 $X_5$  : Tangible  
 $a$  : Konstanta  
 $e$  : Hal diluar variabel X yang mempunyai pengaruh variabel Y  
 $b_1, b_2, b_3$  : Koefisien regresi yang hendak ditafsirkan

### c. Uji Kelayakan Model

#### 1) Uji t (t-test)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y) serta melakukan penerimaan atau penolakan hipotesis penelitian berdasarkan hasil pengujian, digunakan uji t dengan rumus :

$$t_o = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

Keterangan :

$T_o$  = Koefisien nilai test

$b_i$  = koefisien regresi

$s_{b_i}$  = standar kesalahan koefisien regresi

- Jika dihitung  $\leq t_{tabel}$ , maka  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- Jika dihitung  $\geq t_{tabel}$ , maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dimana taraf pengujian  $\alpha = 0,05$  (95 %).

#### 2) Uji F

Digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini, dapat dilakukan diaplikasi SPSS dengan tingkat signifikan  $< 0,05$  melalui tabel ANOVA, dapat diketahui dengan rumus :

$$F_{\text{hit}} = R^2 / ((1-R^2) / (n-k-1))$$

Keterangan :

- k = Banyaknya variabel bebas  
 n = Besarnya sampel  
 $R^2$  = Koefisien korelasi berganda

Kriteria :

- a) Jika  $< 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.  
 b) Jika  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3) Uji Determinasi (R square )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dimana nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas koefisien Determinasi ( $R^2$ ) mempunyai suatu besaran yang digunakan untuk mengukur garis kebaikan (*goodness of fit*) secara vertikal, untuk proporsi atau persentase total variabel dalam Y yang dijelaskan oleh model regresi, dirumuskan sebagai berikut :

$$R^2 = 1 - (\sum(\hat{Y}-Y)^2 / \sum(Y-\bar{Y})^2)$$

Keterangan :

- $R^2$  = Koefisien determinasi  
 Y = Y hasil observasi  
 $\hat{Y}$  = Hasil regresi  
 $\sum$  = Y rata-rata