

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang digunakan adalah Agung Laundry yang berada di jalan pinang merah Marpoyan damai.

3.2 Operasional variabel

Sesuai dengan hipotesis yang telah di sampaikan, maka variabel penelitian adalah:

- a. Pelayanan / jasa (x1)
- b. Harga (x2)
- c. Kepuasan konsumen (y)

Tabel 3.1

Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
PELAYANAN (X1) Upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. (Tjiptono,2007)	1. Bukti Langsung (Tangible)	a. Penampilan Karyawan agung laundry b. Fasilitas tempat parkir laundry	a-b
	2. Keandalan (Reliability)	a. Pelayanan tepat waktu b. Pelayanan yang tidak berbelit	a-b
	3. Daya Tanggap (Responsivense)	a. Pelayanan yang cepat b. Pelayanan yang tanggap c. Mampu menyelesaikan keluhan pelanggan	a-c
	4. Empati (Empathy)	a. Perhatian kepada pelanggan agung laundry b. Kepedulian terhadap keluhan pelanggan agung laundry	a-b
	5. Jaminan (Assurance)	a. Kenyamanan pelanggan b. Keamanan pelanggan	a-b

<p>HARGA (X2) Keputusan penentuan harga harus konsisten dengan keseluruhan strategi pemasaran, lebih dari sekedar mempertimbangkan biaya dalam meluncurkan produk jasa. (Rambat Lupiyoadi - A Hamdani)</p>	<p>1. Kualitas Produk</p>	<p>a. Kualitas Kinerja agung laundry b. Daya tahan pewangi pakaian agung laundry</p>	<p>a-b</p>
	<p>2. Tingkat Persaingan</p>	<p>a. Harga dapat bersaing b. Memperlihatkan keunggulan agung laundry</p>	<p>a-b</p>
<p>KEPUSAN KONSUMEN (Y) Perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara presepsi/kesan nya terhadap kinerja hasil suatu produk jasa.</p>	<p>1. Harapan (Expectasion)</p>	<p>a. Keyakinan terhadap jasa b. Harapan terhadap jasa</p>	<p>a-b</p>
	<p>2. Pengalaman Konsumen (Performance)</p>	<p>a. Jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen</p>	<p>A</p>
	<p>3. Penegasan (Confirmation)</p>	<p>a. Keyakinan untuk terus menggunakan jasa b. Keinginan untuk</p>	<p>a-b</p>

(Philip Kotler)		merekomendasikan jasa kepada orang lain	
------------------	--	--	--

3.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari:

- a. Data Primer yaitu data yang langsung di peroleh dari hasil penelitian terhadap responden, yang berupa pendapat konsumen mengenai lokasi, harga, kepercayaan dan produk.
- b. Data sekunder yaitu data yang di peroleh dari sumber yang telah ada berupa studi pustaka. data itu biasanya di peroleh dari perpustakaan atau laporan laporan peneliti yang terdahuu. data semacam ini telah di kumpulkan oleh pihak pihak lain untuk tujuan tertentu yang bukan demi keperluan riset yang sedang di lakukan penelitian saat ini secara spesifik.

3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiono (2010:115) Mengatakan bahwa populasi adalah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulan.

Menurut Sugiono (2010:116) Mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen Agung Laundry di marpoyan , jumlah populasi konsumen Agung Laundry pada

tahun 2017 adalah sebanyak 1538 orang. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian ini dari populasi tersebut dapat digunakan Rumus Slovin, yaitu;

$$n = \frac{1.538}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

N = Jumlah Populasi

e = batas kesalahan yang di teloransi dalam penarikan sampel

n = Jumlah sampel

Melalui rumus diatas dapat dihitung jumlah sampel minimum berikut:

$$n = \frac{1.538}{1 + [1.538 \times (0,1)^2]} = 93$$

N = Ukuran populasi

e = Nilai Kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan populasi)

Jadi pada penelitian ini penulis mengambil jumlah sampel (n) sebanyak 93 orang yang sudah pernah meggunakan jasa Agung Laundry di Marpoyan sebagai responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling* yaitu dengan pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan starata yang terdapat dalam populasi. Cara ini dapat di lakukan jika anggota populasi dianggap homogen.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara / interview yaitu dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada konsumen yang mencuci di Agung Laundry dan kepada pihak pengelola untuk di jadikan objek penelitian ini.
- b. Quisioner yaitu dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang akan di ajukan kepada konsumen pengguna Agung Laundry.

3.6 Analisis Data

3.6.1 Uji Reabilitas

Adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliable hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam siri subjek memang belum berubah.

3.6.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut metode yang digunakan untuk menguji valisitas ialah dengan korelasi bervariate. Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan akan valid.

3.7 Analisis Deskriptif

yaitu salah satu cara penelitian dengan menggambarkan dan menginterpretasikan suatu objek sesuai dengan kenyataan yang ada, tanpa

diboleh-lebihkan. Penelitian deskriptif sering disebut sebagai non eksperimen, dikatakan demikian karena penelitian ini seseorang yang meneliti tidak melakukan manipulasi variabel dan juga selalu mengutamakan fakta, sehingga penelitian ini murni menjelaskan dan menggambaranya.

3.7.1 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda di gunakan untuk mengukur pengaruh pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen yang dapat di gambarkan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	=	Kepuasan Konsumen	a	=	Konstanta
X ₁	=	Pelayanan	b ₁	=	Koefisien regresi untuk X ₁
X ₂	=	Harga	b ₂	=	Koefisien regresi untuk X ₁
e	=	Error			

3.7.2 Menghitung Koefisien Korelasi (R)

Analisis korelasi adalah metode statistik yang di gunakan untuk mengukur besarnya hubungan antara dua variabe latau lebih dengan tujuan apakah dua variabel tersebut terdapat hubungan atau tidak, dan jika ada hubungan bagaimanakah arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut.

3.7.3 Menghitung Koefisien Determinasi (R²)

Selanjutnya untuk mengetahui besar perubahan variabel tak bebas (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel bebas (X), maka dilakukan analisis koefisien determinasi (R²)

3.7.4 Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2012:98) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang di masukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini di gunakan statistik F dengan pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika F lebih besar dari 5 H_0 ditolak pada derajat kepercayaan 5% dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan variabel mempengaruhi variabel independen.
2. Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel maka H_0 di tolak dan menerima H_a .

3.7.5 Pengujian Hipotesis Uji T

Menurut Ghazali (2012:98) Uji beda t-tes di gunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang di gunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan di gunakan dalam uji t adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis di tolak. Hipotesis di tolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis di terima. Hipotesis tidak dapat di tolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.7.6. Kualitatif

Yaitu bentuk analisa yang berdsarkan dari data yang dinyatakan dalam bentuk uraian. Data kualitatif merupakan data yang hanya dapat diukur secara langsung. Proses analisis kualitatif ini dilakukan dalam tahapan sebagai berikut:

1. Pengeditan
Pengeditan adalah memilih atau mengambil data yang perlu dan membuang data yang dianggap tidak perlu ,untuk memudahkan perhitungan dalam pengujian hipotesa.
2. Pemberian Skor
Memberikan skor untuk masing masing pertanyaan yang di berikan kepada konsumen.
3. Penulis menggunakan metode dengan cara mengumpulkan data yang di berikan produsen dan konsumen lalu data tersebut di tulis kembali. Untuk setiap pertanyaan memiliki 5 buah jawaban dengan nilai masing masing sebagai berikut:

1. Sangat Memuaskan : Nilai 5
2. Memuaskan : Nilai 4
3. Cukup Memuaskan : Nilai 3
4. Tidak Memuaskan : Nilai 2
5. Sangat Tidak Memuaskan : Nilai 1



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau