

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan pada Toko Bangunan, di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Sri Indrapura – Riau. Toko Bangunan tersebut adalah Toko bangunan yang menjalankan dibidang bahan-bahan barang material yang digunakan sebagai pembangunan kantor, rumah, sekolah dan pembuatan jalan.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan jenis dan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Adalah data yang dikumpulkan, diolah, dan disajikan oleh peneliti dari sumber pertama (Purwandi, 2011 : 102) data Primer dalam penelitian ini diambil dari hasil metode kuesioner dan metode observasi. Penelitian ini meliputi data tentang harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

b. Data Sekunder

Data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan, data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk proses lebih lanjut (Purwandi, 2011 : 102). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari Toko Bangunan Sabako Baru Mulia tempat penelitian, *literature*, artikel yang didapat dari majalah atau *website*.

3.3 Operasional Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel

NO	VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
1.	Kepuasan Pelanggan (Y) adalah suatu kondisi (puas, senang atau bangga) yang dirasakan oleh konsumen ketika menerima suatu produk atau jasa yang di tawarkan diatas rata-rata layanan sejenisnya. Sumber: Soedarmo (2006:70)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan keseluruhan 2. Kepuasan dibanding jasa sejenis 3. Merekomendasikan 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Hasil kerja sesuai harapan pelanggan ❖ Bekerja secara profesional. ❖ Mengerti dengan keinginan pelanggan ❖ Menyarankan kepada konsumen lainnya ❖ Meminta pesanan tambahan 	Ordinal
2.	Harga (X1) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Sumber: (kottler dan amstrong, 2001).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau 2. Harga bersaing 3. Harga sesuai manfaat 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Harga murah adalah pilihan utama. ❖ Kesesuaian harga dengan kemampuan daya beli masyarakat. ❖ Potongan harga (diskon) atau cash back. 	Ordinal
3.	Kualitas pelayanan (X2) adalah Suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas fisik (Tangible) meliputi penampilan fisik, toko, perlengkapan, penampilan karyawan, kebersihan, kenyamanan, dan kerapian. 2. Kehandalan (Realibility) kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan, pelayanan tepat waktu akurat 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Penataan Toko rapi tersedia kursi. ❖ Karyawan berseragam rapi dan bersih. ❖ Keteraturan dalam melayani konsumen. ❖ Ketepatan waktu dalam pengantaran barang yang dijanjikan. ❖ Karyawan mampu untuk melayani pembelian dengan cepat, tepat, dan ramah ❖ Karyawan mampu 	Ordinal

		<p>dan memuaskan.</p> <p>3. Daya tangkap (Responsiveness) keinginan, respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.</p> <p>4. Jaminan (Assurance) pengetahuan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan.</p> <p>5. Empaty (empaty) perhatian secara individual yang di berikan perusahaan kepada konsumen.</p>	<p>menjelaskan barang bahan material yang ditanyakan oleh konsumen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Karyawan selalu tanggap terhadap keluhan customer. ❖ Keluasan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat. ❖ Kesesuaian antara keinginan customer dalam pelayanan yang di berikan. ❖ Memberikan pelayanan tanpa memandang status social. ❖ Kesigapan karyawan mengatasi keluhan customer. 	
--	--	---	---	--

Sumber: di peroleh dari berbagai literature dan jurnal 2008, 2016

3.4 Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2013 : 119). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Bangunan Sabako Baru Mulia di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Sri Indrapura yaitu sebanyak 50 orang.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Sampelnya yaitu pelanggan tetap atau pedagang yang membeli bahan Bangunan untuk di jual lagi dan konsumen yang membeli bahan bangunan di Toko Bangunan Sabako Baru Mulia di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Sri Indrapura tahun 2017. Teknik dalam menentukan sampel yang akan diteliti adalah secara *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Teknik ini bisa diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan (Sugiyono:2008). Sehingga penulis menetapkan sampel sebanyak 50 orang konsumen dengan kriteria:

- Sudah membeli bahan bangunan sebanyak minimal 2 kali di Toko Bangunan Sabako Baru Mulia di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Sri Indrapura.
- Konsumen Toko Bangunan Sabako Baru Mulia di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Sri Indrapura yang berusia 12 – 50 tahun ke atas.
- Sudah menjadi pelanggan tetap atau pedagang yang membeli bahan Bangunan untuk di jual lagi, di Toko Bangunan Sabako Baru Mulia

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penyelesaian penelitian ini adalah :

- Interview, yaitu pengumpulan data dengan cara memperoleh informasi langsung atau wawancara dari pegawai pada Toko Bangunan Sabako Baru Mulia di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Sri Indrapura.
- Kuisioner, yaitu pengumpulan data dengan cara memberikan daftar-daftar pertanyaan yang relevan dengan masalah yang akan diajukan kepada para responden. dengan harapan memberikan respon atas dasar daftar pertanyaan tersebut (Umar, 2003:49). Dalam penelitian ini jenis kuesioner yang akan digunakan adalah kuesioner tertutup dimana koresponden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan memilih jawaban yang telah disediakan dengan Skala Likert yang berisi lima tingkatan pilihan jawaban yaitu:
 - a. Skor 5 untuk jawaban sangat memuaskan (SM)
 - b. Skor 4 untuk jawaban memuaskan (M)
 - c. Skor 3 untuk jawaban kurang memuaskan (KM)
 - d. Skor 2 untuk jawaban tidak memuaskan (TM)
 - e. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak memuaskan (STM)

3.6 Teknik Analisis Data

Didalam penelitian ini penulis menggunakan Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu menganalisa data yang diperoleh dari Toko Bangunan Sabako Baru Mulia dan dari hasil penelitian, yang kemudian ditelaah dan dihubungkan dengan teori-teori yang mendukung, untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi harga dan

kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka dapat dilakukan dengan menggunakan metode analisis data yaitu:

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara mengorelasikan skor masing-masing pertanyaan pada tiap-tiap variabel dengan skor totalnya (Sanusi, 2011: 242). Rumus yang di gunakan adalah korelasi *product moment*, yaitu sebagai berikut:

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

r = Koefisiensi Korelasi

n = jumlah sampel

X = nilai butir skor pertanyaan

Y = nilai skor total

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing *item* dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur, yaitu dengan menggunakan *Coefficient Correlation Pearson* dalam SPSS. Jika nilai signifikansi (*P Value*) > 0,05, maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan, apabila nilai signifikansi (*P Value*) < 0,05, maka terjadi hubungan yang signifikan.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. (Ghozali *dalam* Novandri, 2010:34).

Selain menggunakan bantuan SPSS, uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien *alpha* (α) dari *cronbach*:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_b^2} \right) \quad \text{dan} \quad \sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_b^2 = Varian total

n = Jumlah responden

X = Nilai skor yang dipilih

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Koefisien *Cronbach Alpha* yang $> 0,60$ menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama) dan jika koefisien *Cronbach Alpha* yang $< 0,60$ menunjukkan kurang handalnya instrumen (bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda). Selain itu, *Cronbach Alpha* yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka penulis menggunakan model statistic yaitu analisis regresi linier sederhana/regresi berganda dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta dari persamaan regresi

b_1 = Koefisien regresi dari variabel X_1 , Harga

b_2 = Koefisien regresi dari variabel X_2 , Kualitas Pelayanan

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Pelayanan

e = Epsilon

d. Uji Hipotesis

• Uji F

Uji F dalam penelitian ini, dimaksud untuk menguji secara keseluruhan atau bersama-sama variabel bebas yaitu harga dan kualitas pelayanan dengan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikatnya, dalam arti ada pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat. Jiaka $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel bebas terdapat pengaruh terhadap variabel terikat, kriteria pengujian dengan SPSS :

Apabilanilai signifikansinya $>0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak.

Apabila nilai signifikansinya $<0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

- **Uji t**

Uji ini digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara persial terhadap kepuasan pelanggan (Y) hipotesa yang akan di uji adalah H1 sampai dengan H5 dengan tingkat toleransi 5% ($\alpha = 0,05$). H_0 diterima apabila probabilitasnya $\text{sign} > 0,05$ atau jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. H_0 ditolak apabila probabilitasnya $\text{sign} \leq 0,05$ atau jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dalam penelitian ini dilakukan uji t yang fungsinya adalah untuk mengetahui secara persial antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

