

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi yang dipilih untuk penelitian ini dilakukan pada Bengkel Aries Motor di Belilas, Kecamatan Seberida, Kabupaten Indragiri Hulu.

3.2. Operasional Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas pelayanan (X)	Bukti fisik (Tangible)	1. Kebersihan dan kerapian karyawan 2. Lokasi bengkel strategis 3. Ruang tunggu yang luas dan nyaman 4. Halaman parkir yang luas 5. Peralatan bengkel yang tersedia	Ordinal
	Perhatian (Emphaty)	1. Karyawan memberikan perhatian yang lebih kepada pelanggan 2. Karyawan memperhatikan keluhan pelanggan	Ordinal
	Kehandalan (Realibility)	1. Prosedur pelayanan akan dilakukan dengan cepat dan akurat 2. Pihak perusahaan akan memberikan pelayanan yang baik dengan mekanik yang handal dalam menyelesaikan keluhan konsumen 3. Karyawan memiliki keterampilan yang dibutuhkan	Ordinal
	Tanggapan (Responsiveness)	1. Karyawan tanggap akan permasalahan yang dihadapi pelanggan	Ordinal

		<p>2. Karyawan akan menyediakan waktu untuk membantu mengatasi keluhan konsumen</p> <p>3. Karyawan akan memberitahu konsumennya secara pasti kapan layanan akan diberikan</p>	
	Jaminan (Assurance)	<p>1. Kepercayaan akan keamanan barang-barang yang dibawa</p> <p>2. Pihak perusahaan akan mengganti kerusakan yang disebabkan oleh karyawan</p> <p>3. Karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan/keluhan konsumen</p> <p>4. Ketetapan waktu penyelesaian pekerjaan</p>	Ordinal
Kepuasan Pelanggan (Y)	Harapan (Expection)	<p>1. Situasi yang nyaman dan aman yang dirasakan konsumen saat pelayanan diberikan</p> <p>2. Kualitas pelayanan memenuhi harapan konsumen</p> <p>3. Kecekatan dan keterampilan karyawan dalam memperbaiki kendaraan</p>	Ordinal
	Kinerja aktual (Performance)	<p>1. Jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan</p> <p>2. Jasa memuaskan keinginan pelanggan</p>	Ordinal
	Perbandingan (Comparison)	<p>1. Jasa lebih baik dibandingkan kompetitor</p> <p>2. Jasa memberikan banyak kemudahan dibandingkan kompetitor</p>	Ordinal

3.3. Populasi dan Sampel

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah yang menggunakan jasa pada bengkel Aries Motor Belilas yang sudah menjadi pelanggan tetap. Karena keterbatasan waktu dan lain sebagainya, maka di ambil sampel yaitu responden yang di anggap dapat mewakili populasi yang ada sekarang. Adapun teknik pengambilan sampelnya yaitu menggunakan *Accidental Sampling*. Dari populasi yang ada penulis menetapkan sampel sebanyak 50 responden, adapun alasannya adalah penulis mengambil responden sebanyak 10 sampel sehari selama 5 hari.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, yakni data yang di peroleh dari responden melalui kuesioner yang di isi oleh responden secara langsung.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang penulis peroleh dari perusahaan tempat penelitian dalam bentuk data, misalnya jumlah konsumen, struktur organisasi bengkel Aries Motor, sejarah singkat perusahaannya, dan sebagainya.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Wawancara

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara komunikasi langsung antara peneliti dengan pihak yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Peneliti mengadakan Tanya jawab kepada pihak konsumen yang berkunjung untuk memperbaiki sepeda motor di bengkel Aries Motor di Belilas.

b. Kuesioner

Yaitu suatu metode pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan atau angket yang di siapkan terlebih dahulu kemudian di ajukan kepada responden terpilih guna mendapatkan keterangan atau informasi dari responden yang bersangkutan. Kuesioner diberikan kepada pihak responden yaitu konsumen yang berkunjung untuk memperbaiki sepeda motor di bengkel Aries Motor di Belilas.

3.6. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan analisis data terhadap data yang telah dikumpulkan, penulis menggunakan metode analisis deskriptif dan kuantitatif yaitu dengan cara mengumpulkan data kemudian ditabulasikan kedalam tabel dan selanjutnya diuraikan secara sistematis, dengan menghubungkan teori-teori yang relevan sehingga dapat dilakukan pendekatan terhadap pemecahan dari masalah yang ada. Adapun analisis kuantitatif dengan menggunakan rumus analisis regresi berganda (Danang Sunyoto : 2012) sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \epsilon$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

X₁ = Bukti Fisik (Tangible)

a = Konstanta

X₂ = Perhatian (Empathy)

b₁ = Koefisien Regresi Variabel X₁

X₃ = Keandalan (Reliability)

b₂ = Koefisien Regresi Variabel X₂

X₄ = Tanggapan (Responsiveness)

b_3 = Koefisien Regresi Variabel X_3 X_5 = Jaminan (Assurance)

b_4 = Koefisien Regresi Variabel X_4 ε = Epsilon

b_5 = Koefisien Regresi Variabel X_5

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 22. Untuk mengukur kekuatan pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, perhatian, kehandalan, tanggapan, dan jaminan terhadap kepuasan konsumen menggunakan analisis koefisien korelasi. Kemungkinan koefisien korelasi (r) dapat bervariasi antara lain :

1. Bila $r = 1$ atau besar dari 1, maka hubungan X dan Y cukup kuat sempurna atau bernilai positif.
2. Bila $r = -1$ atau lebih kecil dari minus satu maka hubungan X dan Y cukup lemah atau tidak ada hubungan antara X dan Y bernilai negatif.
3. Bila $r = 0$ maka antara X dan Y mempunyai hubungan yang sangat lemah dan tidak ada hubungan antara keduanya.

Sebelumnya penulis telah menetapkan bobot atau nilai-nilai dari masing-masing jawaban yang dipilih oleh responden menurut skala Likert yaitu sebagai berikut :

- Sangat Puas = bobot/nilai = 5
- Puas = bobot/nilai = 4
- Cukup Puas = bobot/nilai = 3
- Tidak Puas = bobot/nilai = 2
- Sangat Tidak Puas = bobot/nilai = 1

Kemudian setelah nilai koefisien korelasi (r) diketahui, maka langkah selanjutnya mencari koefisien determinasi (r^2) untuk menunjukkan besarnya sumbangan variabel X terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat kebenaran dari hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya.

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara bukti fisik, perhatian, kehandalan, tanggapan, jaminan terhadap kepuasan konsumen.

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti fisik, perhatian, kehandalan, tanggapan, jaminan terhadap kepuasan konsumen.

Langkah selanjutnya yang diambil untuk memperoleh hasil yang akurat adalah dengan melakukan pengujian dengan tujuan untuk mengetahui apakah pengaruh antara variabel X dan Y kuat atau tidak. Adapun rumus yang digunakan dalam pengujian ini adalah dengan menggunakan kriteria Uji T dan Uji F (Supranto, 2009). Dalam pengujian hipotesis ini penulis mengambil tingkat kepercayaan sebesar 95% ($\alpha = 0,05$).