**BAB III**

**METODOLOGI PENELITIAN**

* 1. **Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian yang digunakan adalah pendekatan metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan menurut Sugiyono (2013)

Pendekatan kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian survey. Penelitian survey dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden. Dalam penggalian data dapat dilakukan dengan cara mengunakan kuesioner dan wawancara. Untuk dapat memperoleh data dari pengumplan data dari kuesioner dibutuhkan jumlah responden yang cukup agar memenuhi validitas dan reliabilitas dengan baik. Umumnya penelitan survey dibatasi pada penelitian yang dikumpulkan dari beberapa sampel atas populasi untuk dapat mewakili seluruh populasi. Penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel yang akan diteliti yaitu pengaruh disiplin kerja dan insentif terhadap kinerja karyawan.

* 1. **Lokasi dan Obyek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Ahass Motor Tembelang dengan jangka waktu penelitian selama 3 bulan dimulai dari tanggal 29 Mei 2018 sampai 29 Agustus

2018. Dan objek dalam penelitian ini adalah karyawan tetap pada Ahass Motor Tembelang.

**3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Variabel penelitian dari penelitian yang akan di teliti adalah kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen (Y) dan kualitas pelayanan (X1), harga (X2) serta lokasi (X3) sebagai variabel independen (X)

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. (Kotler, 2000)

Indikator :

* 1. Tidak ada komplain atau keluhan terhadap bengkel AhassTembelang
	2. Pelanggan memberikan pujian setelah melakukan transaksi di bengkel AhassTembelang. Pelanggan merasa bahwa bengkel AhassTembelang adalah bengkel yang bereputasi baik
1. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen(Tjiptono,2004) Indikator :

1. Bukti langsung *(tangibles),* meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Reliabilitas *(reliability),* kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tanggap *(responsiveness),* yaitu keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayan sebaik mungkin.
4. Jaminan / keyakinan *(assurance),* yaitu pengetahuan dan kesopansantunan para pegawai perusahaan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya para konsumennya kepada perusahaan.
5. Empati *(empathy),* meliputi kemudahaan melakukan hubungan, komunikasiyang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Pelayanan yang berkualitas menurut RajawaliView, 2003 adalah kemampuan suatu perusahaan menyajikan atau memenuhi apa yang dijanjikannya kepada pelanggan.

Peneliti hanya mengambil tiga dimensi dari kelima dimensi yang ada karena di tempat penelitian yang sesuai pada objek penelitian hanya tiga dimensi tersebut yaitu *tangibles, reliability* dan *assurance.*

1. Harga (X2)

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Tjiptono, 2012).

Indikator :

* 1. Harga yang ditawarkan terjangkau oleh daya beli pelanggan
	2. Harga yang ditawarkan lebih rendah daripada harga pesaing
	3. Harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh pelanggan
1. Lokasi (X3)

Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan factor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha (Tjiptono, 2004)..

Indikator :

1. Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkai sarana transportasi umum.
2. *Visibilitas*, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.Lalu lintas, menyangkut dua pertimbangan utama, yaitu (1) Banyak orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan dan (2) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.
3. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
4. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
5. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
6. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak.
7. Peraturan Pemerintah yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu, misalnya bengkel kendaraan bermotor dilarang berlokasiyang terlalu berdekatan dengan tempat ibadah.

Tabel 3.1kisi-kisi indikator

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Dimensi | Indikator | Pernyataan | Sumber |
| KualitasPelayanan(x1) | Bukti langsung | Perlengkapan pegawai  | 1. Karyawan menggunakan perlengkapan kerja yang di sediakan oleh Ahass Tembelang
 | Tjiptono (2008) |
| Realibilitas *(reliability)* | Pelayanan | 1. Karyawan cepat tanggap dengan keluhan pelanggan
 |
| Jaminan *(assurance)* | Kepercayaan | 1. Karyawan memberikan informasi dan spare part yang di ganti terhadap pelanggan
 |
| Harga (X2) |  | Harga terjangkau oleh daya beli konsumen | 1. Konsumen dapat membeli produk sparepart dengan harga terjangkau
 | Antonius dan Sugiharto (2013) |
|  | Harga harus memiliki daya saing dengan harga produk lain | 1. Menyediakan produk spare part dengan harga eceran tertinggi
 |
|  | Kesesuaian antara harga dengan kualitas | 1. Kualitas produk sparepart sesuai dengan harga yang ditetapkan
 |
| Lokasi (X3) |  | Keamanan di sekitar lokasi bengkel ahass tembelang terjamin | 1. Bengkel Ahass memiliki lokasi yang aman
 | Tjiptono (2008) |
|  | Akses menuju lokasi lancer | 1. Bengkel Ahass memiliki lokasi yang mudah dijangkau
 |
|  | Kondisi lingkungan nyaman | 1. Bengkel Ahas memiliki fasilitas yang menunjang kenyamanan pelanggan
 |
| Kepuasan Pelanggan (Y) |  | Tidak ada komplain atau keluhan terhadap bengkel ahss Tembelang | 1. Pelanggan dapat memberikan komplain/keluhan terhadap hasil kerja karyawan
 | Kotler (2012) |
|  | Pelanggan merasa bengkel ahass tembelang bereputasi baik | 1. Pelanggan merasa palyanan yang diberikan sesuai dengan reputasi bengkel
 |

Sumber : Tjiptono(2008), Kotler(2012), Antonius dan Sugiharto(2013)

* 1. **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti (Ferdinand, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan dari bengkel Ahass Tembelang.

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *AccidentalSampling Method* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara acak (DR.Kartini Kartono, 1990). Perwakilan populasi yang dijadikan sampel adalah pelanggan dari bengkel Ahass Tembelang yang kebetulan ditemui pada saat melakukan pembelian di bengkel Ahass Tembelang. Pengambilan sampel menurut Ibnu Widiyanto (2008) dapat menggunakan rumus sebagai berikut:



1. = 96,04 ≈ 97 atau dibulatkan menjadi 100 Dimana :

n= Jumlah Sampel

Z= 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%

Moe = Margin of Error, atau tingkat kesalahan maksimum adalah 10%.

Jadi sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 100 orang pelanggan Bengkel Ahass Tembelang.

* 1. **Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Marzuki, 2005). Data primer yang ada dalam penelitian ini adalah data-data dari kuisioner.

1. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (Marzuki, 2005). Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian yaitu kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan.

* 1. **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah

1. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan melakukan kegiatan kepustakaan melalui buku-buku, jurnal, penelitianterdahulu dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

1. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pertanyaan dan pertanyaan yang akan digunakan bisa melalui telepon, surat ataupun tatap muka (Ferdinand, 2006). Pertanyaan yang di ajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden.

Dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden digunakan Skala Likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert. Skala Likert umumnya menggunakan 5 angka penelitian, yaitu: (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) netral, (4) tidak setuju dan (5) sangat tidak setuju. Urutan setuju atau tidak setuju dapat dibalik mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju (Indriantoro dan Supomo, 2011).

* 1. **Metode Analisis Data**
1. Metode Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis berkuantitatif. Alat analisis yang bersifat kuantitatif adalah alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika atau model statistik dan ekonometrik. Hasil analisis dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian (Hasan, 2002).

* + 1. **Uji Instrumen Penelitian**

Uji Instrumen terdiri dari Uji validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu.

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Kepuasan Pelanggan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Item pernyataan | Validitas | Keterangan |
| Korelasi (r) | R kritis |
| Kulitas Layanan (X1) | X1.1 | 0,831 | 0,3 | Valid |
| X1.2 | 0,884 | 0,3 | Valid |
| X1.3 | 0,853 | 0,3 | Valid |
| Harga (X2) | X2.1 | 0,789 | 0,3 | Valid |
| X2.2 | 0,802 | 0,3 | Valid |
| X2.3 | 0,657 | 0,3 | Valid |
| Lokasi (X3) | X3.1 | 0,812 | 0,3 | Valid |
| X3.2 | 0,874 | 0,3 | Valid |
| X3.3 | 0,891 | 0,3 | Valid |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | Y1 | 0,946 | 0,3 | Valid |
| Y2 | 0,946 | 0,3 | Valid |

Sumber : Data primer diolah 2018

 Tabel 3.2 menunjukan bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukan hasil yang signifikan dan menunjukan bahwa korelasi > R kritis, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

1. Reliabilitas

Uji reliabelitas ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat di percaya. Untuk menguji relibilitas instrument penelitian ini digunakan formula cronbach alpha (sugiyono,2007). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,6 (Arikunto,2006) maka dapat dikatakan bahwa instrument yang di gunakan tersebut reliabel. Proses pengujian dilakukan sebelum penelitian sebenarnya.

Tabel 3.3

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | Reliabilitas | Keterangan |
| Koefisien Alpha | Angka Kritis |
| Kulitas Pelayanan (X1) | 0,818 | 0,6 | Reliabel |
| Harga (X2) | 0,603 | 0,6 | Reliabel |
| Lokasi (X3) | 0,803 | 0,6 | Reliabel |

Sumber : Data primer diolah 2018

 Dari hasil uji dengan menggunakan program SPSS pada tabel 3.3 diperoleh nilai *cronbach’s alpha* di atas 0,6 maka dapat di simpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel adalah reliabel.

**3.7.2 Uji Asumsi Klasik**

Model regresi yang digunakan dalam menguji hipotesis haruslah menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik. Asumsi klasik regresi menurut Ghozali (2001) meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heterokedesitas

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksinya dengan cara menganalisis nilai toleransi dan *Variance InflationFactor (VIF).*

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas atau yang terjadi Heteroskedastisitas kebanyakan data *cross section* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Cara menganalisis asumsi Heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot dimana :

1. Jika penyebaran data pada scatter plot teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadiproblem Heteroskedastisitas.
2. Jika penyebaran data pada scatter plot tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem Heteroskedastisitas.
3. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji ini adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Data distribusi normal dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dari pengambilan keputusan. Jika data menyebar disekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas. Begitu pula sebaliknya jika data yang menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

* + 1. **Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif bertujuan untuk menguji kualitas data dan menguji ketepatan data. Pengujian ini dapat dilakukan dengan memasukkan data untuk analisis faktor, memperoleh *alfa Cronbach*, dan seterusnya. Untuk menguji setiap hipotesis dengan menggunakan uji statistik yang relevan. Untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\frac{Nilai Skor Tertinggi-Nilai Skor Terendah }{Jumlah Kategori }$$

= $\frac{5-1}{5}$

= 0,8

Sehingga untuk melakukan penafsiran atau rata-rata skor nilai dapat menggunakan kriteria sebagai berikut :

**Tabel 3.4**

**Kategori Skala**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Skala**  | **Keterangan** |
| 1 | 1,00 – 1,80 | Sangat Rendah |
| 2 | 1,81 – 2,60 | Rendah |
| 3 | 2,61 – 3,40 | Sedang |
| 4 | 3,41 – 4,20 | Tinggi |
| 5 | 4,21 – 5,00 | Sangat Tinggi |

*Sumber : Sugiono, 2010*

* + 1. **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regrsi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama mempengaruhi variabel terikat.

**Y = b1X1+ b2X2 + b3X3 + e**

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

b1 = Koefisien regresi kualitas pelayanan

b2 = Koefisien regresi harga

b3 = Koefisien regresi Lokasi

X1 = Kualitas pelayanan

X2 = Harga

X3 = Lokasi

1. = Varians pengganggu
	* 1. **Uji Hipotesis**

Uji hipotesis adalah metode pengambila keputusan yang didasarkan dari analisis data baik dari percobaan yang terkontrol maupun dari observarsi (tidak terkontrol). Dalam statistik sebuah hasil bisa dikatakan signifikan secara statistik jika kejadian tersebut hampir tidak mungkin disebabkan oleh faktor yang kebetulan sesuai dengan batas probabilitas yang ditentukan sebelumnya.

**Koefisien Determinasi**

Koefisien Determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilaikoefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variasi dependen (Kuncoro, 2000).