

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Rancangan Penelitian**

Langkah pertama yang harus dilakukan dalam membuat rancangan penelitian menentukan jenis variabel. Pertama variabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan, kedua variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Setelah ditentukan jenis variabel diatas, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis. Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini melakukan pengujian pada Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang.

Penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif, dengan tujuan memperoleh kejelasan atau dapat menjelaskan suatu fenomena, menjelaskan hubungan, menguji pengaruh (sebab-akibat) antar variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2008:10). Dengan menggunakan data primer dan sekunder untuk mengetahui hasilnya.

#### **3.2. Obyek Penelitian**

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang. Pertimbangan-pertimbangan yang mendasari memilih lokasi di Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti adalah :

- a. Lokasi yang masih berada di lingkup Kabupaten Lumajang memudahkan dalam melakukan penelitian.

- b. Ketersediaan waktu yang dimiliki dan biaya yang tidak begitu besar dalam pelaksanaan proses penelitian.
- c. Ketersediaan data dan kondisi obyek yang memungkinkan untuk dilakukannya penelitian.

Adapun sebagai obyek penelitian adalah variabel independen adalah pengaruh harga( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang.

### **3.3. Sumber dan Jenis Data**

#### **3.3.1. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal, sebagai berikut :

##### **3.3.1.1. Data Internal**

Data internal adalah data yang bersifat intern atau dari dalam perusahaan yang bersangkutan (Istijanto, 2010:34). Data eksternal merupakan data dari luar organisasi, mengacu dari Istijanto (2010:35) sesuai dengan kata “eksternal” yang berarti “dari luar”, data eksternal merupakan data dari luar perusahaan.

Dalam data internal penelitian ini diperoleh dari Bengkel Motor Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti berupa: data Pelanggan Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti, profil perusahaan, dasar hukum pendirian dan perijinan.

#### **3.4. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, sebagai berikut :

### 3.4.1. Data Primer

”Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti, baik dari obyek individual (responden) maupun dari suatu instansi yang mengolah data untuk keperluan dirinya sendiri (Supangat, 2007:2).”

Sedangkan data primer menurut Indrianto dan Supomo (2002:147). merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian.

Data primer didalam penelitian ini adalah dari hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu pelanggan, dan hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang.

### 3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung untuk mendapatkan informasi (keterangan) dari objek yang diteliti, biasanya data tersebut diperoleh dari tangan kedua baik dari objek secara individual (responden) maupun dari suatu badan (instansi) yang dengan sengaja melakukan pengumpulan data dari instansi-instansi atau badan lainnya untuk keperluan penelitian dari para pengguna (Supangat, 2007:2).

Sedangkan menurut Indrianto dan Supomo (2002:148) data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh penelitian secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan maupun yang tidak dipublikasikan.

Adapun data sekunder dalam penelitian ini berupa buku-buku, laporan-laporan, brosur, dokumen, media internet dan literatur lainnya yang berkaitan dengan obyek penelitian. Dan diperoleh dari teori-teori tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

## 3.5. Teknik Pengumpulan Data

### 3.5.1. Kuesioner

“Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang dikirimkan kepada responden, baik secara langsung maupun dengan bantuan pemilik usaha

(Sugiyono,2008:90).” Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada pelanggan Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan akan mendapat data tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengukuran data untuk variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Adapun bentuk skala *likert* menurut Sugiyono (2008:93) sebagai berikut :

- |                                                                   |   |
|-------------------------------------------------------------------|---|
| 1. Sangat setuju/ selalu/ sangat positif (SS/SL) diberi skor      | 5 |
| 2. Setuju/ sering/ positif (ST/SR) diberi skor                    | 4 |
| 3. Ragu- ragu/ kadang-kadang. Netral (RG/KS) diberi skor          | 3 |
| 4. Tidak setuju/ hampir tidak pernah/ negatif (TS/TP) diberi skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju/ tidak pernah (STS/S) diberi skor          | 1 |

### 3.5.2. Wawancara

“Wawancara atau *interview* adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden (Sugiyono, 2008:92).” Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pemilik Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang dan karyawan Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang.

### 3.5.3. Observasi

“Merupakan metode penelitian dimana peneliti mengamati secara langsung obyek penelitian, guna menambah data dan informasi yang diperlukan (Sugiyono, 2008:93).” Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang dan mengamati

secara langsung obyek penelitian yaitu dengan mengamati proses pemberian harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **3.5.4. Dokumentasi**

“Pengumpulan data dengan menggunakan dokumen-dokumen, buku atau arsip yang ada di perusahaan yang telah dipublikasikan dan dikaitkan dengan penelitian (Sugiyono, 2008:92).” Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa data-data jumlah karyawan, data jumlah pelanggan dan data dasar hukum pendirian Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang.

#### **3.5.5. Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian dengan cara membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Untuk memperoleh teori-teori yang mendukung penelitian ini, peneliti melakukan studi kepustakaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

### **3.6. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **3.6.1 Populasi**

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2009:115).”

Sedangkan menurut Nur Indriantoro (2002:115) “populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.”

Dalam penelitian ini populasinya adalah semua pelanggan yang telah memakai jasa Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang. Adapun yang dimaksudkan pelanggan adalah konsumen yang telah berkunjung lebih dari 1 (satu) kali. Menurut periode penelitian Januari – April 2016 diperoleh jumlah

pelanggan adalah sebanyak 60 pelanggan. Jadi jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebesar 60 pelanggan.

### 3.6.2 Teknik Pengambilan Sampel

“Sampel adalah bagian dari populasi (contoh), untuk dijadikan sebagai bahan penelaahan dengan harapan contoh yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili (*representative*) terhadap pupulasinya (Supangat, 2007:4)”

Menurut Sugiyono (2008:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).

Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh *Roscoe* dalam bukunya *Research Methods For Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2009:129), sebagai berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate ( korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 (sepuluh) kali dari jumlah variabel yang diteliti, termasuk di dalamnya adalah jumlah variabel independen dan dependen.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil minimal =  $15 \times 3$  variabel = 45 anggota sampel.

Semakin besar ukuran sampel maka hasil penelitian akan semakin mendekati kenyataannya, oleh karena itu peneliti mengambil sampel sebanyak 60 sampel

*Nonprobability sampling* menurut Sugiyono (2008:84) adalah “teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.”

Dan teknik *nonprobability sampling* yang dipakai dalam penelitian ini adalah *sampling purposive*, karena pengambilan sampel dilakukan dengan kriteria atau pertimbangan tertentu. Menurut Sugiyono (2008:85) “*sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.”

Sedangkan kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini ditentukan sebagai berikut :

- a. Konsumen yang memakai jasa Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang lebih dari satu kali.
- b. Konsumen yang bertempat tinggal di wilayah Kabupaten Lumajang, sehingga sangat membantu peneliti dalam menjaring data responden.

### **3.7. Variabel Penelitian**

#### **3.7.1. Identifikasi Variabel**

”Variabel adalah karakteristik yang dapat diamati dari sesuatu (objek), dan mampu memberikan bermacam-macam nilai atau beberapa kategori (Suwarno, 2005:1-2) dalam Riduwan (2005:60).”

Menurut Sugiyono (2008:38) “variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”

### 3.7.1.1. Variabel Independen

Variabel independen menurut Sugiyono (2008:39) sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

“Variabel independen yang dilambangkan dengan X adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006:26).” Variabel independen dalam penelitian ini adalah: Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ).

### 3.7.1.2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2006:26).

Menurut sugiyono (2008:39) variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini variabel dependen adalah : Kepuasan Pelanggan (Y).

## b. Definisi Konseptual Variabel

### 1. Variabel Independen

#### 3.7.1.2.1. Harga ( $X_1$ )

Menurut Kotler dan Keller (2008:67), harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lain menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran yang disesuaikan; fitur saluran produk dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan *positioning* nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Produk yang dirancang

dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar.

### 3.7.1.2.2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

Kualitas pelayanan menurut Usmara (2002:231) “merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil).”

Kualitas merupakan elemen dominan dalam evaluasi yang dilakukan pelanggan. Dalam kasus dimana jasa yang ditawarkan adalah kombinasi dengan produk fisik, kualitas jasa penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Ada 5 dimensi pokok dalam kualitas jasa yang dinilai yaitu (Zeithaml, 2010:82) :

(1) *reliability*, (2) *responsiveness*, (3) *assurance*, (4) *empathy*, (5) *tangibles*

#### (a) Keandalan (*reliability*) ( $X_{2.1}$ )

Menurut Parasuraman, dkk. (1988) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182) keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat 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.

Atribut-atribut dalam variabel ini antara lain adalah (Kotler 2009 :52) :

- 1) Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan.
- 2) Keandalan dalam penanganan masalah layanan pelanggan.

#### (b) Ketanggapan (*responsiveness*) ( $X_{2.2}$ )

Menurut Kotler (2009:52) “ketanggapan merupakan kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu. Daya tanggap atau ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atau pelanggan.”

Kotler (2009:52), atribut-atribut dalam variabel ini adalah :

- 1) Selalu memberitahu pelanggan tentang kapan layanan akan dilaksanakan.
- 2) Layanan tepat waktu bagi pelanggan.

#### (c) Jaminan (*assurance*) ( $X_{2.3}$ )

Kotler (2009:52) mendefinisikan jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.

Dengan atribut-atributnya adalah :

- 1) Karyawan yang menanamkan keyakinan pada pelanggan.
- 2) Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka.

(d) Empati (*empathy*) ( $X_{2.4}$ )

Menurut Parasuraman, dkk. (1988) dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182), empati (*empathy*) yaitu “perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberika 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.

Atribut-atribut yang ada dalam variabel ini adalah (Kotler, 2009:52):

- 1) Karyawan yang menghadapi pelanggan dengan cara yang penuh perhatian.
- 2) Mengutamakan kepentingan terbaik pelanggan.

(e) Wujud (*tangibles*) ( $X_{2.5}$ )

Menurut Zeithaml. et. al. 2005 menyatakan “wujud fisik (*tangible*) adalah kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tersedia tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan.”

Atribut-atribut yang ada dalam variabel ini adalah (Kotler, 2009:52):

- 1) Peralatan modern.
- 2) Karyawan yang memiliki penampilan rapi dan profesional.

## 2. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan harapannya. Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah daya tanggap pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

### 3.7.2. Definisi Operasional Variabel

#### 3.7.2.1. Variabel Independen (X)

##### a. Harga ( $X_1$ )

Harga yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lain menghasilkan biaya.

(Menurut Kotler dan Ketler 2008:67), Adapun indikator harga sebagai berikut :

- a. Kesesuaian harga dengan daya kemampuan.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- c. Harga yang diterapkan mampu bersaing dengan produk lain.

Berdasarkan indikator tentang harga tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert*, sebagai berikut :

- 1) Tarif harga di Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang sesuai dengan kemampuan saya.
- 2) Tarif harga Mataram Sakti Lumajang sesuai dengan kualitas pelayanan yang saya dapatkan.
- 3) Tarif harga Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang mampu bersaing dengan bengkel lain.

##### b. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

kualitas pelayan dalam penelitian ini adalah pernyataan sikap yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan hasil yang dicapai yang meliputi :

1. Keandalan (*reliability*) ( $X_{2,1}$ )

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182) berpendapat bahwa keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat 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.

1) menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan.

dari indikator tersebut akan dibuat pernyataan dalam skala *likert* yaitu tersedianya jasa sesuai yang dijanjikan.

2. Ketanggapan (*responsiveness*) ( $X_{2.2}$ ).

Menurut Kotler (2009:52) “ketanggapan merupakan kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu. Daya tanggap atau ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atau pelanggan.”

Kotler (2009:52), “atribut-atribut dalam variabel ini adalah:

- 1) Selalu memberitahu pelanggan tentang kapan layanan akan dilaksanakan.
- 2) Layanan tepat waktu bagi pelanggan.”

Dari indikator-indikator tersebut akan dibuat pernyataan dengan jawaban dalam skala *likert*:

- 1) Karyawan memberi tahu pelanggan pelayanan dilaksanakan sesuai dengan nomor urut kedatangan.
- 2) Karyawan bersedia untuk membantu memberi saran kepada pelanggan.

3. Jaminan (*assurance*) ( $X_{2.3}$ )

Kotler (2009:52) mendefinisikan “jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.”

Dengan atribut-atributnya adalah:

- 1) Karyawan yang menanamkan keyakinan pada pelanggan.
- 2) Karyawan yang selalu sopan.

Dari indikator-indikator tersebut akan dibuat pernyataan dengan jawaban dalam skala *likert*:

- 1) Hasil layanan dapat dipercaya sesuai dengan harapan.
  - 2) Karyawan selalu sopan, jujur, dan ramah.
4. Empati (*empathy*) ( $X_{2.4}$ )

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182), empati (*empathy*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberika 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.

Atribut-atribut yang ada dalam variabel ini adalah (Kotler, 2009:52) :

- 1) Karyawan yang menghadapi pelanggan dengan cara yang penuh perhatian.
- 2) Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan mereka.

Dari indikator-indikator tersebut akan dibuat pertanyaan dengan jawaban dalam skala *likert*:

- 1) Karyawan tidak memandang status sosial dalam menangani pelanggan.
  - 2) Karyawan mengutamakan kebutuhan dan keinginan terbaik bagi pelanggan.
5. Wujud (*tangibles*) ( $X_{2.5}$ )

Menurut Zeithaml. et. al. (2005:10) menyatakan wujud fisik (*tangible*) adalah kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tersedia tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan.

Atribut-atribut yang ada dalam variabel ini adalah (Kotler, 2009:52) :

- 1) Fasilitas yang tampak menarik secara visual.
- 2) Karyawan yang memiliki penampilan rapi dan profesional.

Dari indikator-indikator tersebut akan dibuat pertanyaan dengan jawaban dalam skala *likert*:

- 1) Ruangan yang bersih dan nyaman.
- 2) Karyawan memiliki penampilan rapi, bersih, dan menarik.

### c. Variabel Dependen (Y)

adalah tingkat perasaan senang atau kecewa pelanggan yang merupakan perkiraan atau keyakinan tentang apa yang akan diterimannya bila menggunakan jasa Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang.

Adapun indikator-indikator dari kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Kenyamanan yang dirasakan pelanggan pada saat pelayanan diberikan.
- 2) Minat untuk selalu menggunakan jasa.
- 3) Perasaan puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

Dari indikator-indikator tersebut akan dibuat pernyataan dengan jawaban dalam skala *likert*:

- 1) Saya merasa nyaman pada saat Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang memberikan pelayanan.
- 2) Saya selalu berminat untuk menggunakan jasa Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang.
- 3) Saya merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang.

### 3.8. Instrumen Penelitian

Pengujian Instrumen adalah nafas dari penelitian oleh karena itu dikatakan Riduwan (2011:32) “bahwa instrumen penelitian merupakan sesuatu yang terpenting dan strategis kedudukannya di dalam keseluruhan kegiatan penelitian. Dimana hubungannya antara data dengan masalah penelitian, tujuan penelitian dan hipotesis penelitian.” Data merupakan bahan penting yang akan dimanfaatkan untuk : menjawab permasalahan; mencari apa saja yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian; sebagai bukti pencarian fakta; dan membuktikan hipotesis penelitian. Dengan demikian data merupakan kunci pokok dalam kegiatan penelitian sekaligus menentukan mutu hasil penelitian.

Instrumen penelitian merupakan alat bantu peneliti dalam pengumpulan data. Mutu instrumen akan menentukan juga mutu dari pada data yang dikumpulkan, sehingga tepatlah dikatakan bahwa hubungan instrumen dengan data adalah sebagai jantungnya penelitian yang saling terkait antara; latar belakang; permasalahan; identifikasi; tujuan; manfaat; kerangka pemikiran; asumsi dan hipotesis penelitian. Oleh karena, menyusun instrumen untuk kegiatan penelitian merupakan langkah terpenting yang harus dipahami benar-benar peneliti.

a. Langkah-langkah menyusun instrumen penelitian:

- 1) Mengidentifikasi variabel-variabel dalam rumusan judul penelitian.
- 2) Menjabarkan variabel tersebut menjadi sub variabel/dimensi.
- 3) Mencari indikator/aspek setiap sub variabel.
- 4) Menderetkan diskriptor dari setiap indikator.
- 5) Merumuskan setiap deskriptor menjadi butir-butir instrumen.
- 6) Melengkapi instrumen dengan petunjuk pengisian dan kata pengantar.

**Tabel 3.1**  
**Variabel, Instrumen dan Skala Penelitian**

Variabel	Indikator	Instrumen		Skala <i>likert</i>
Harga ( $X_1$ )	kemampuan ( $X_{1.1}$ )	1.1.	Tarif harga di Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang sesuai dengan kemampuan saya.	Ordinal
	Kualitas Jasa ( $X_{1.2}$ )	1.2.	Tarif harga di Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang sesuai dengan kualitas pelayanan yang saya dapatkan	
	Persaingan ( $X_{1.3}$ )	1.3.	Tarif harga Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang mampu bersaing dengan lain.	
Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	Keandalan ( <i>reliability</i> ) ( $X_{2.1}$ )	2.1.	Tersedianya pilihan jasa sesuai yang dijanjikan	Ordinal
		2.2.	Karyawan dengan tepat dalam menangani keinginan pelanggan	
	Ketanggapan ( <i>responsiveness</i> ) ( $X_{2.2}$ )	2.1.	Karyawan dengan tepat waktu dalam pemberian pelayanan	
		2.2.	Karyawan bersedia untuk membantu memberi saran kepada pelanggan	
	Jaminan ( <i>assurance</i> ) ( $X_{2.3}$ )	2.1.	Hasil layanan dapat dipercaya sesuai dengan harapan	
		2.2.	Karyawan selalu sopan, jujur, dan ramah	
	Empati ( <i>empathy</i> ) ( $X_{2.4}$ )	2.1.	Karyawan tidak memandang status sosial dalam menangani pelanggan	
		2.2.	Karyawan mengutamakan kebutuhan dan keinginan terbaik bagi pelanggan	
	Wujud ( <i>tangibles</i> ) ( $X_{2.5}$ )	2.1.	Ruangan yang bersih dan nyaman	
		2.2.	Karyawan memiliki penampilan rapi, bersih, dan menarik	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kenyamanan ( $Y_{1.1}$ )	3.1.	Saya merasa nyaman pada saat Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang memberikan pelayanan.	Ordinal
	Minat ( $Y_{1.2}$ )	3.2.	Saya selalu berminat untuk menggunakan jasa Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang.	
	Kepuasan ( $Y_{1.3}$ )	3.3.	Saya merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang.	

Sumber : Kotler dan Keller (2008:67), Philip Kotler (2002:100) dan Philip Kotler (2005:227).

### 3.9. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data selalu didasarkan pada rencana penelitian. Rencana penelitian menurut Freddy (2011:100) adalah “mencakup permasalahan, tujuan penelitian, kerangka pemikiran termasuk penggunaan konsep dan operasionalisasinya. Asumsi atau hipotesis yang dipergunakan serta pengujiannya dapat menggambarkan keterkaitan atau hubungan antara masing-masing variabel dengan dukungan kerangka teori yang digunakan.” Analisis data sangat dipengaruhi oleh variabel-variabel yang akan dianalisis.

Teknik analisis data dalam penelitian ini antara lain :

#### 3.9.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Said Kelana (2006:21) “validitas dan reliabilitas berkenaan dengan apakah data yang dipakai dalam penelitian sudah tepat.”

##### 3.9.1.1. Uji Validitas

“Validitas (*validity*) menurut Jogiyanto (2008:36) adalah menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau suatu set dari operasi-operasi mengukur apa yang harus diukur.” Sedangkan menurut Jogiyanto sendiri validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya mencapai sasarannya. Validitas berhubungan dengan kenyataan (*actually*). Validitas juga berhubungan dengan tujuan dari pengukuran. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Alat ukur yang tidak valid adalah yang memberikan hasil ukuran menyimpang dari tujuannya. Penyimpangan ukuran ini disebut dengan kesalahan (*error*) atau varian.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas

dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*) dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah item. Jika  $r$  hitung  $> 0,3$  maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2005: 45 ).

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x^2)(\sum y^2)}{\sqrt{\{n \sum x^2\} - (\sum x)^2} \sqrt{\{\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi ( $r$ -hitung)

$\sum x$  = Skor variabel independen

$\sum y$  = Skor variabel dependen

$\sum xy$  = Hasil kali skor butir dengan skor total

$n$  = Jumlah responden

### 3.9.1.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (*reliability*) menurut Sekaran (2003:203) dalam Jogiyanto (2008:36) “adalah suatu pengukur menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrumen yang ,mengukur suatu konsep dan berguna untuk mengakses “kebaikan” dari suatu pengukur.” Sedangkan Jogiyanto (2008:36) mendefinisikan “reliabilitas sebagai konsistensi antar pengukuran-pngukuran secara berurutan.”

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan

reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0,60$  (Ghozali, 2005:42).

$$\alpha = \frac{k.r}{1 + (k - 1)r}$$

Dimana :

$\alpha$  = koefisien reliabilitas

r = korelasi antar item

k = jumlah item

### 3.9.1.3. Uji Asumsi Klasik

Menurut Gujarati (2006:3) bahwa “dalam menggunakan model regresi berganda perlu memperhatikan adanya penyimpangan terhadap asumsi klasik.”

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat asumsi klasik maka model regresi tersebut masih memiliki bias. Jika suatu model masih terdapat adanya masalah asumsi klasik, maka akan dilakukan langkah revisi model ataupun penyembuhan untuk menghilangkan masalah tersebut. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini adalah:

### 3.9.1.4. Uji Normalitas

Uji normalitas dipergunakan untuk memeriksa apakah nilai variabel dependen didistribusikan secara normal terhadap nilai variabel-variabel independen.

Menurut Ghozali (2005:110) “uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.” Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas

#### 3.9.1.5. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (Ghozali, 2005: 91).

Multikolonieritas dideteksi dengan menggunakan nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF=1/tolerance$ ) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. “Nilai cutoff yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10 (Ghozali, 2005:92).”

#### 3.9.1.6. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). “Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas

(Ghozali, 2005:105).”

### 3.10. Pengujian Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan model analisis statistik yaitu:

#### 3.10.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ , dan  $X_5$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Model hubungan variabel independen dan variabel dependen tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2005:82) :

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

Dimana :

$Y$  = Kepuasan Pelanggan

$b_1$  = Koefisien regresi variabel  $X_1$  (Harga)

$b_2$  = Koefisien regresi variabel  $X_2$  (Kualitas Pelayanan)

$X_1$  = Variabel Harga

$X_2$  = Variabel Kualitas Pelayanan

$e$  = error / variabel pengganggu

#### 3.10.2. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Mudrajad Kuncoro (2012:81), uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu pengaruh harga, dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan pada Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang secara parsial diuji dengan cara signifikansi. Adapun langkah – langkah pengujian sebagai berikut :

Merumuskan hipotesis :

- Hipotesis Pertama

$H_0$  : Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang.

$H_a$  : Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang.

- Hipotesis Kedua

$H_0$  : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang.

$H_a$  : Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Resmi Yamaha Mataram Sakti Lumajang.

Menentukan level of signifikan dengan  $\alpha = 5\%$

Menentukan kriteria pengujian :

Jika -  $t_{hitung} > t_{tabel}$  , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jika -  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Menentukan nilai t hitung dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{Koefisien\beta}{StandarError}$$

Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $t_{hitung}$  dengan  $t_{table}$ .

### 3.10.3. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Mudrajad Kuncoro (2012:82), uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan yang di uji secara signifikan, dengan hipotesis :

$H_0$  : Harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_a$  : Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F menggunakan rumus (Sanusi, 2003:124) sebagai berikut :

$$F = \frac{SSR/k}{SSE/n-(k+1)}$$

Keterangan :

F = Nilai F<sub>-hitung</sub>

SSR = Rata – Rata Kuadrat Regresi

SSE = Rata – Rata Kuadrat Residual

k = Banyaknya Variabel termasuk konstanta

n = Jumlah Data

4. Adapun kriteria pengujiannya adalah :
5. Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
6. Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
7. Jika Probabilitas  $\geq 0,05$  atau  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
8. Jika Probabilitas  $\leq 0,05$  atau  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

#### 3.10.4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Karena variabel independen pada penelitian ini lebih dari 2, maka koefisien determinasi yang digunakan adalah *Adjusted R Square* (Imam Ghozali, 2001). Dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase.