

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan, (Sugiyono 2017:23). Penelitian yang dilakukan ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini terdapat dua variabel antara lain variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi), (Sugiyono 2010:56).

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (X2) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y), maka dari itu dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara persial dan simultan antara variabel independen (X) yaitu kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (X2) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y).

3.2 Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Bengkel Sugiono Motor di Randuagung pertimbangan-pertimbangan yang mendasari dalam menentukan objek penelitian adalah:

- a. Kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam dunia usaha khususnya pada bidang otomotif bengkel motor. Jika ingin usaha yang dijalankan dapat bertahan maka diperlukan suatu penelitian untuk mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan khususnya pada kualitas pelayanan.
- b. Semakin banyaknya persaingan usaha bidang otomotif khususnya bengkel motor menjadi pertimbangan dilakukan penelitian ini untuk menjadi salah satu solusi bagi Bengkel Sugiono Motor Randuagung agar dapat bertahan dengan persaingan atau kompetitor usaha bidang otomotif khususnya di wilayah Randuagung.
- c. Lokasi objek penelitian yang berada tidak jauh dari pusat Kecamatan Randuagung memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

a. Data Primer

Menurut Umar, (2011:42) menyatakan bahwa data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil kuesioner yang dilakukan peneliti.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu Masyarakat Kecamatan Randuagung yang menggunakan jasa *servis* Bengkel Sugiono Motor

3.3.2. Sumber Data

a. Data Internal

Menurut Umar, (2011:42) menyatakan bahwa data internal adalah data yang didapat dari dalam perusahaan atau organisasi dimana riset dilakukan.

Berdasarkan sumber data maka data internal dalam penelitian ini adalah data profil Bengkel Sugiono Motor Randuagung.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2015:148) menyatakan bahwa 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.

Populasi bukan juga sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau

obyek itu. Populasi didalam penelitian ini merupakan pelanggan yang menggunakan jasa *service* sepeda motor pada Bengkel Sugiono Motor di Randuagung, selama periode bulan januari-maret 2019.

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2015:149) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa *service* sepeda motor pada Bengkel Sugiono Motor.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode sampel menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2015:152) menyatakan bahwa *non probability* merupakan teknik pengambilan keputusan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan menurut Sugiyono, (2015:122) menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Kriteria responden :

- a. Responden adalah konsumen yang berusia diatas 17 tahun sampai 50 tahun dikarenakan konsumen yang tidak memenuhi kriteria tersebut tidak dapat mengisi kuesioner dengan optimal.
- b. Responden yang sudah merasakan kualitas pelayanan dan merasa puas atas hasil *service* Bengkel Sugiono Motor Randuagung lebih dari satu kali.

Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe (1982) dalam Sugiyono (2015:164) sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam 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 regresi dengan *multivariate* (kolerasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
- 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 dalam penelitian ini merupakan analisis *multivariate* yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari dua (2) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen maka ukuran sampel yang diambil 15×3 variabel = 45 anggota sampel. Jumlah sampel yang semakin besar akan memberikan hasil yang lebih baik, oleh karena itu jumlah sampel dalam penelitian ini ditingkatkan menjadi 20 sampel untuk setiap variabel. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 20×3 variabel = 60 sampel.

3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1. Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono, (2015:96) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel terdiri dari 2 (dua) variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kualitas, dan 1 (satu) variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan.

a. Variabel Independen

Menurut Sugiyono, (2015:96) menyatakan bahwa variabel independen adalah variabel yang 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 (X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), dan kualitas (X2).

b. Variable Dependen

Menurut Sugiono, (2015:97) menyatakan bahwa variabel dependen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Adapun dalam penelitian ini yang dapat menjadi variabel dependen adalah loyalitas pelanggan (Y)

3.5.2. Definisi Operasional Variabel

Menurut Indriantoro, (2009:69) menyatakan bahwa definisi operasional variabel adalah penentuan variabel sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Menjelaskan cara tertentu yang dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan variabel, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan *replikasi* pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran variabel yang lebih baik.

Variabel independen atau variabel bebas (X) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif ataupun yang negatif bagi variabel dependen lainnya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah ketidaksesuaian antara harapan konsumen dan persepsi konsumen (Berry, Zeithaml, Parasuraman, 1990) dalam (Catur, Sulistiyowati, dan Khamin, 2015:14)

Adapun indikator yang digunakan untuk variabel kualitas pelayanan yang mengarah pada pengertian kualitas pelayanan menurut Tjiptono, (2008:59)

- 1) Bukti fisik (*Tangible*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal.
- 2) Empati (*Empathy*) adalah memberikan perhatian, tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

- 3) Daya tangkap (*Responsiveness*) adalah kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.
- 4) Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya
- 5) Jaminan (*Assurance*) adalah pengetahuan, kesopan-santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.

Berdasarkan indikator tentang Kualitas Pelayanan tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert* yang disesuaikan dengan kondisi objek yang diteliti sebagai berikut:

- 1) Bengkel Sugiono Motor mempunyai peralatan yang lengkap.
- 2) Pegawai bengkel memberikan perhatian kepada setiap konsumen atau pelanggan.
- 3) Pegawai bengkel bertindak dengan cepat dan tanggap dalam melayani setiap konsumen atau pelanggan.
- 4) Pegawai bengkel semaksimal mungkin menghindari kesalahan dalam memberikan pelayanan.
- 5) Pelayanan Bengkel Sugiono Motor dapat dipercaya sesuai dengan harapan konsumen atau pelanggan.

b. Kepuasan

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan,

konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang. Kotler dan Keller (2012) dalam (Juni,2017:196).

Adapun indikator yang digunakan untuk variabel Kepuasan yang mengarah pada pengertian Kepuasan Ratnasari dan Aksa (2011:117-118) yaitu:

1) Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas pelayanan

Pada industri jasa, adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk, tetapi nilai social atau *self-esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5) Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/jasa (pengorbanannya semakin kecil), cenderung puas terhadap produk/jasa ini.

Berdasarkan indikator tentang Kepuasan tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert* yang disesuaikan dengan kondisi objek yang diteliti sebagai berikut:

- 1) Merasa puas dengan pelayanan di Bengkel Sugiono Motor.
- 2) Pelayanan di Bengkel Sugiono Motor Randuagung selalu ramah.
- 3) Karyawan selalu memberikan jawaban terbaik terhadap setiap pertanyaan.
- 4) Merasa puas terhadap pengetahuan tentang *service* yang disampaikan oleh karyawan.
- 5) Merasa puas dengan biaya *service* Bengkel Sugiono Motor.

c. **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Giffin (2002:13) dalam Hurriyati, (2015:129) berpendapat bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Adapun indikator yang digunakan untuk variabel loyalitas pelanggan yang mengarah pada pengertian loyalitas pelanggan menurut Kotler (2002 : 25) ada lima indikator konsumen yang loyal yaitu :

- 1) Konsumen cenderung membeli lebih banyak dan setia lebih lama.
- 2) Konsumen cenderung melakukan *cross selling* atau *add-on-selling*.

- 3) Konsumen tidak sensitif terhadap harga.
- 4) Konsumen akan melakukan *word of mouth* yang positif

Berdasarkan indikator tentang loyalitas pelanggan tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert* yang disesuaikan dengan kondisi objek yang diteliti sebagai berikut:

- 1) Lebih sering menggunakan jasa *service* di Bengkel Sugiono Motor dari pada Bengkel lain.
- 2) Akan menempatkan jasa *service* Bengkel Sugiono Motor sebagai pilihan utama.
- 3) Harga bukanlah masalah yang penting bagi saya untuk menggunakan jasa *service* Bengkel Sugiono Motor.
- 4) Akan mengatakan hal-hal yang baik/positif mengenai Bengkel Sugiono Motor kepada orang lain.
- 5) Jika berlangganan pemilik akan memberikan persenan/bonus.

3.6. Metode Pengumpulan Data

3.6.1. Observasi

Menurut Sugiyono, (2015:234) menyatakan bahwa observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga objek-objek alam yang lain.

Menurut (Sutrisno Hadi 1986 dalam Sugiyono 2015:235) menyatakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari

berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap responden yaitu pelanggan yang menggunakan jasa *service* sepeda motor pada Bengkel Sugiono Motor.

3.6.2. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2012:422) menyatakan bahwa dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Peneliti mengumpulkan dan mencatat dokumen melalui wawancara dengan masyarakat Randuagung, dan mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini dengan cara membaca literatur-literatur.

3.6.3. Kuesioner

Menurut (Sugiyono 2015:230) menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data di mana partisipan/responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti.

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada pelanggan yang menggunakan jasa *service* pada Bengkel Sugiono Motor Randuagung. Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*.

Menurut (Sugiyono 2015:168) menyatakan bahwa skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti sebagai bahan penelitian diberikan kepada pelanggan yang menggunakan jasa *service* pada Bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung. Dengan menyebar kuesioner ini diharapkan peneliti dapat memperoleh data yang akurat mengenai Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen pada pelanggan yang menggunakan jasa *service* motor pada Bengkel Sugiono Motor.

Pengukuran data untuk variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*.

Menurut (Sugiyono 2015:168-169) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tetang fenomena sosial.

Adapun bentuk skala *likert* antara lain:

- | | |
|---|---|
| a. Setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| b. Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |
| c. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |
| d. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |

- e. Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif diberi skor 1

3.7. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2009:426) menyatakan bahwa dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal.

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas (*Heterokedasticity*).

3.7.1. Uji Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono 2015:430) mendefinisikan bahwa validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “data yang tidak berbeda” antara data yang oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Pengujian validitas penelitian ini mempergunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan mengkolerasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi *Product Moment* (Umar, 2011:131) sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah observasi/responden

X = Skor butir

Y = Skor total

Menurut Sugiyono, (2012:178) menyatakan bahwa analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Umar, (2011:58) Reliabilitas merupakan derajat ketetapan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Pengujiannya dapat dilakukan secara internal dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada.

Menurut Siregar (2013:55) reabilitas merupakan suatu cara untuk mengukur dengan melakukan pengukuran dua kali ataupun lebih pada gejala yang sama dengan pengukuran yang sama agar diketahui hasil pengukuran tersebut konsisten atau tidak. Pengujian reabilitas pada penelitian ini adalah menggunakan teknik pada aplikasi SPSS versi 16 menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Teknik ini bertujuan untuk menentukan instrumen penelitian memiliki hasil yang reliabel atau tidak. Nugroho (2013:58) menyebutkan uji reliabilitas dilakukan dengan melihat koefisien pada *Alpha Cronbach* yang dapat ditentukan dari indeks kriteria reabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601 – 0,80	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Nugroho, 2011:33)

Instrumen dapat dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya diatas 0,60

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- 1) *Repeat Measure*: disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dari jawabannya.
- 2) *One shot* : disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain. Ada suatu nilai ketentuan untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *Alpha Cronbach*. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki *Alpha Cronbach* >0,60 (Nunnaly, 1967).

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

a. Pengujian Normalitas Data

Menurut u menyatakan bahwa uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Pengujian Multikolinieritas

Menurut (Umar 2011:177) menyatakan bahwa uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi.

Menurut (Umar 2011:140) ada beberapa cara untuk mengatasi multikolinieritas, yaitu :

- 1) Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk adanya kolinearitas, tetapi tidak sebaliknya yakni adanya kolinearitas mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolinearitas dapat saja ada waktu korelasi dalam keadaan rendah.
- 2) Dianjurkan untuk melihat koefisien korelasi parsial. Jika R^2 sangat tinggi tetapi masing-masing r^2 parsialnya rendah memberikan petunjuk bahwa variabel-variabel bebas mempunyai korelasi yang tinggi dan paling sedikit

satu diantaranya berlebihan. Tetapi dapat saja R^2 tinggi dan masing-masing r^2 juga tinggi sehingga tidak ada jaminan terjadinya multikolinieritas.

- 3) Multikolinieritas muncul apabila diantara variabel-variabel bebas memiliki hubungan yang sangat kuat, dengan kata lain diantaranya variabel-variabel bebas berkorelasi sempurna atau mendekati sempurna. Untuk mendeteksi ada atau tidak ada multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara melihat *variance inflation factor* (VIF) antara variabel-variabel bebas. Selanjutnya jika hasil perhitungan variabel bebas ≥ 10 maka terdapat derajat multikolinieritas yang tinggi, dan sebaliknya jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) ≤ 10 maka tidak terdapat multikolinieritas (Ghozali, 2005:91).

Multikolinieritas 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 kolinieritas yang tinggi. Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atausama dengan nilai VIF dibawah 10 (Ghozali, 2001:92).

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Menurut (Umar 2011:179) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas, sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut

heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengambilan keputusan memiliki dasar pengambilan yang akan menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas menurut Ghozali (2013:134) sebagai berikut:

- a. Jika terdapat pola tertentu, titik – titik yang membentuk pola teratur dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika ada pola yang jelas serta titik yang menyebar diatas atau dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono, (2018:293) analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Menurut Algifari, (2016:250) secara umum persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = variabel dependen yaitu loyalitas konsumen

β_0 = Konstanta

β_1 & β_2 = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = Variabel independen yaitu kualitas pelayanan

X_2 = Variabel independen yaitu kepuasan

ε = Eror

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas konsumen. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya.

Menurut Gunawan (2017:90) mengungkapkan bahwa uji dominan sebagai alat uji untuk mengetahui pengaruh yang paling dominan dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) yang dilihat dari nilai koefisien regresi (b) yang distandarisasi dengan nilai beta.

3.7.4. Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (X_1 , dan X_2) terhadap variabel dependen (Y) baik parsial maupun simultan.

a. Uji t (Uji Parsial)

Menurut (Widarjono 2015:22) mengatakan bahwa uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Ada dua hipotesis yang diajukan oleh setiap peneliti yaitu hipotesis nol H_0 dan hipotesis alternatif H_a . Hipotesis nol merupakan angka numerik dari nilai parameter populasi. Hipotesis nol ini dianggap benar sampai kemudian bisa dibuktikan salah berdasarkan data sampel yang ada. Sementara itu hipotesis alternatif merupakan lawan dari hipotesis nol. Hipotesis alternatif ini harus benar

ketika hipotesis nol terbukti salah.

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Merumuskan Hipotesis

1) Hipotesis Pertama

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa *service* Bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung.

Ha : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa *service* Bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung.

2) Hipotesis Kedua

Ho : Tidak terdapat pengaruh kepuasan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa *service* Bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung.

Ha : Terdapat pengaruh kepuasan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa *service* Bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung.

3) Hipotesis Ketiga

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa *service* Bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa *service* Bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung.

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

3. Menentukan kriteria pengujian :

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

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

4. Menentukan nilai t hitung rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{standar eror}}$$

5. t_{tabel} dapat dihitung menggunakan rumus $= N - 2$ (Gunawan, 2017:198)

6. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel}

b. Uji F (Uji Simultan)

Menurut (Widarjono 2015:19) mengatakan bahwa Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen atau merupakan uji signifikansi model regresi. Uji F ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA).

Adapun hipotesis ketiga sebagai berikut :

H_0 : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanann dan kepuasan yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa *service* bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanann dan kepuasan yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa *service* bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung.

Adapun kriteria pengujiannya adalah :

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

f_{tabel} dapat dihitung dengan rumus $= N - m - 1$ (Ghozali,2016:218).

f_{hitung} dapat dicari dengan rumus : $F_{reg} = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$ (Sunyoto, 2014:120).

3.7.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Kuncoro, (2007:84) mengatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 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 variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik.

Koefisien Determinasi (R^2) dalam penelitian ini akan digunakan untuk mencari berapa besarnya pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan pada jasa *service* Bengkel Sugiono Motor Randuagung.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah Singkat Bengkel Sugiono Motor

Bengkel Sugiono Motor merupakan perusahaan pelayanan *service* yang berdiri kurang lebih 20 tahunan yang lalu, dan sampai sekarang, Bengkel Sugiono Motor adalah bengkel yang paling diminati konsumen di Kecamatan Randuagung dan sekarang semakin ramai konsumen, Bengkel Sugiono Motor sudah melakukan berbagai macam strategi dalam menjaga kepercayaan pelanggan, salah satunya pihak pemilik bengkel meminta kepada konsumen untuk kembali apabila dalam hasil pelayanan dirasa ada yang kurang dan juga pihak bengkel bersedia menjemput apabila motor pelanggan ada yang macet/mogok di jalan maupun di rumah pelanggan. Bengkel Sugiono Motor ini jika dilihat dari segi lokasi juga memudahkan konsumen maupun pelanggan yang ingin menggunakan jasa *service* karena bengkel ini terletak didekat pusat Kecamatan Randuagung. Dari itulah Bengkel Sugiono Motor Kecamatan Randuagung selalu meningkatkan kualitas pelayanan. Dan adapun tujuan dari Bengkel Sugiono Motor ini yaitu menjadi bengkel yang dapat dipercaya oleh pelanggan.

b. Visi, Misi dan Filosofi Bengkel Sugiono Motor

1) Visi

- a) Menjadi bengkel umum terbaik dan menjadi pilihan pertama untuk melakukan perawatan dan perbaikan kendaraan.