

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2020) penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis. Metode ini dikatakan metode kuantitatif karena data penelitian yang di pakai berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

#### **3.2 Objek dan Subjek Penelitian**

##### **3.2.1 Objek Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2020) objek penelitian merupakan suatu atribut atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian. Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, bisa juga ditambahkan dengan hal-hal lain jika dianggap perlu.

Objek penelitian pada penelitian ini adalah Bengkel AHASS San Motor berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan, harga, citra merek, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

### **3.2.2 Subjek Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2020) subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi). Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai simpulan hasil penelitian. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian memiliki peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian itulah data tentang variabel yang penelitian akan diamati.

Subjek penelitian pada penelitian ini adalah pelanggan yang pernah datang melakukan perbaikan motor ataupun service di Bengkel AHASS San Motor.

### **3.3 Teknik Pengambilan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2020) menyatakan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki mutu serta ciri tertentu yang diresmikan oleh seorang peneliti guna dipergunakan untuk dipelajari sehingga kemudian akan ditarik kesimpulan untuk hasil akhirnya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan yang pernah datang melakukan perbaikan motor ataupun service di Bengkel AHASS San Motor.

#### **3.3.2 Sampel Penelitian**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan ciri yang dimiliki oleh populasi. Menurut (Sugiyono, 2020) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari total dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tersebut, dengan kata lain sampel merupakan metode dalam suatu penelitian yang dilakukan dengan cara

mengambil sebagian atas setiap populasi yang hendak akan diteliti. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan jenis *Non probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya dan dengan *Purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya.

Menurut Sugiyono (2020) *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel. Sedangkan teknik *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2020) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Diharapkan dengan menggunakan *purposive sampling* kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Berikut kriteria sampel yang diharapkan.

**Tabel 3. 1 Kriteria Sampel**

No	Kriteria
1.	Sudah pernah melakukan <i>service</i> di Bengkel AHASS San Motor > 2 kali
2.	Memiliki kendaraan sepeda motor Honda

Dalam penelitian ini akan menggunakan rumus rosce, yaitu dengan jumlah anggota sampel 10 kali dari jumlah indikator variabel yang diteliti. Jumlah anggota sampel yang akan diteliti yaitu  $19 \times 10 = 190$ . Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 190 sampel yang akan dibagikan kepada responden yaitu pelanggan Bengkel AHASS San Motor.

Kriteria dalam pemilihan sampel yaitu pelanggan yang sudah pernah melakukan perbaikan motor atau *service* minimal dua kali di Bengkel AHASS San Motor.

### **3.4 Jenis Data**

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh petunjuk dari setiap permasalahan yang sedang diteliti yang dilakukan dengan cara mencari data dari beberapa sumber terpercaya dan mengumpulkannya ke dalam beberapa pandangan serta informasi yang jelas untuk digunakan sebagai bagian dari bukti terkait dengan penelitian yang dibuat. Jenis data dibagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder.

#### **3.4.1 Data Primer**

Menurut Sugiyono (2020) data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dengan memberikan data yang ada kepada pengumpul data. Cara mengumpulkan data secara langsung dengan menggunakan instrumen penelitian yaitu menggunakan kuesioner, angket, pedoman wawancara terstruktur. Dalam penelitian ini data primer didapat dari kuesioner dari pelanggan Bengkel AHASS San motor.

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data diperoleh secara tidak langsung (Sugiyono, 2020). Data sekunder bisa didapatkan dari orang lain atau dokumen. Pada penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah buku, artikel, dan jurnal terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2020) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pernyataan dan pertanyaan biasanya dapat berupa hal yang tertutup dengan pilihan jawaban yang telah ditentukan atau terbuka yang memungkinkan responden memberikan tanggapan bebas. Pada penelitian ini pertanyaan dan pernyataan yang diberikan peneliti adalah hal yang tertutup sehingga telah ditentukan untuk jawabannya yang dirasa akan mempermudah responden untuk meluangkan waktu dan mengisi kuesioner yang telah diberikan oleh peneliti. Kuesioner dibagikan langsung kepada pelanggan Bengkel AHASS San Motor.

Untuk memperoleh penilaian sebuah penelitian dan mengetahui persepsi atas setiap jawaban yang diberikan responden, maka penelitian ini menggunakan salah satu skala pengukuran yakni skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur setuju atau tidaknya seseorang terhadap suatu objek dalam penelitian, Dimana skala likert terbagi atas beberapa bobot penilaian yang terdapat pada Tabel 3.1 berikut ini.

**Tabel 3. 2 Skor Penilaian Skala Likert**

No	Pernyataan	Kode	Skala
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3

4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

### 3.6 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2020) variabel operasional adalah definisi yang digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan komponen nilai yang memiliki variasi tertentu dan telah dipilih untuk dipelajari dan menghasilkan kesimpulan. Definisi operasional dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 3. 3 Definisi Operasional**

Variabel	Definisi variabel	Indikator Variabel	Skala
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	Menurut Tjiptono (Indrasari, 2019) Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang tidak setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Customer service dapat dibedakan menjadi dua yaitu kualitas pelayanan yang baik dan	a. Keandalan b. Kesadaran c. Perhatian d. Ketepatan (Indrasari, 2019)	Likert

	kualitas pelayanan yang buruk.		
Harga (X <sub>2</sub> )	Menurut Buchori Alma (Indrasari, 2019) harga (price) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Keterjangkauan harga</li> <li>b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>c. Daya saing</li> <li>d. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> <li>e. Harga dapat mempengaruhi konsumen</li> </ul> (Indrasari, 2019)	Likert
Citra Merek (X <sub>3</sub> )	Menurut Kotler dan Armstrong (M. Anang Firmansyah, 2019) citra merek adalah seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mengenal nama merek, logo atau lambang merek</li> <li>b. Manfaat yang akan diperoleh</li> <li>c. Perasaan senang dan nyaman ketika menggunakan</li> </ul> (Indrasari, 2019)	Likert
Kepercayaan (X <sub>4</sub> )	Menurut Taylor dan Hunter (Rifa'i, 2019) bahwa kepercayaan, tingkah laku, sifat kemudahan konsumen untuk berubah, nilai, jenis sikap dan kepuasan merupakan anteseden (hal yang mendahului) loyalitas konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Persepsi integritas (<i>integrity</i>)</li> <li>b. Persepsi kebaikan (<i>benevolencei</i>)</li> <li>c. Persepsi kompetensi (<i>competence</i>)</li> <li>d. <i>Predictability</i></li> </ul> (Siahaan, 2021)	Likert

	Kepercayaan ini berpengaruh terhadap sikap, kepuasan dan loyalitas pelanggan.		
Kepuasan Pelanggan (Y)	Oliver (Indrasari, 2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipat gandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kesesuaian harapan</li> <li>b. Minat berkunjung kembali</li> <li>c. Kesiediaan merekomendasikan</li> </ul> (Indrasari, 2019)	Likert

### 3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2020) teknik analisis data merupakan langkah dalam mencari dan proses penyusunan secara sistematis data yang didapatkan berasal dari hasil wawancara, hasil catatan lapangan, dan hasil dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan dalam menyusun kedalam pola, memilih data mana yang dianggap penting dan data yang akan dipelajari, dan dibuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Pengelolaan data pada metode ini menggunakan SPSS dengan analisis sebagai berikut.

### 3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrument alat ukur telah menjalankan ukurannya. Hasil penelitian dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang sesungguhnya (Sugiyono, 2020). Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu indikator. Suatu indikator dikatakan valid atau signifikan apabila  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ . Sedangkan indikator dikatakan tidak valid atau tidak signifikan apabila  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ .

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji kepercayaan terhadap instrumen atau indikator. Uji reliabilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan dari suatu instrumen (Sugiyono, 2020). Uji reliabilitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai Cronbach's alpha dengan tingkat signifikan yang digunakan. Jika nilai Cronbach's alpha  $> 0,60$ , maka indikator dikatakan reliabel. Sedangkan jika nilai Cronbach's alpha  $< 0,60$ , maka indikator dikatakan tidak reliabel.

### 3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas. Cara yang digunakan sebagai berikut.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak (Prof Dr. H. Imam Ghozali, 2021) Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan melakukan uji statistic nonparametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) tes yang terdapat di program SPSS. Jika nilai Sig. > 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal. Sedangkan jika nilai Sig. < 0,05 maka data dikatakan berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian pada model regresi apakah ditemukan adanya masalah diantara variabel independen (Prof Dr. H. Imam Ghozali, 2021). Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas yaitu dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*. Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10 maka dikatakan tidak ada terjadinya gejala multikolinearitas. Sedangkan jika nilai VIF > 10 dan nilai *tolerance* < 0,10 maka dikatakan ada terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual data yang ada (Prof Dr. H. Imam Ghozali, 2021). Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas

digunakan uji Glejser yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual (error). Jika nilai signifikansi > nilai 0,05 maka dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka dikatakan bahwa terdapat masalah heteroskedastisitas.

### 3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak (Prof Dr. H. Imam Ghozali, 2021). Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga, citra merek, kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel AHASS San Motor. Persamaan regresi berganda dirumuskan :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan :

- Y : Kepuasan pelanggan
- a : Bilangan konstanta
- B1 : Koefisien kualitas pelayanan
- B2 : Koefisien harga
- B3 : Koefisien citra merek
- B4 : Koefisien kepercayaan
- X1 : Variabel kualitas pelayanan
- X2 : Variabel harga
- X3 : Variabel citra merek

X4 : Variabel kepercayaan

e : Error

### 3.7.4 Uji Hipotesis

#### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis apabila peneliti menganalisis regresi parsial. Uji t mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Pada tingkat signifikan 5% maka jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $p\text{-value} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang artinya kualitas pelayanan, harga, citra merek, kepercayaan tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $p\text{-value} < 0,05$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang artinya kualitas pelayanan, harga, citra merek, kepercayaan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan.

#### b. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2020), Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan. Uji F digunakan untuk menguji kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan nilai pelanggan secara bersama-sama dalam menjelaskan kepuasan pelanggan. Pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikan sebesar  $< 0,05$ . Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai  $p\text{-value}$  F-statistik  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai  $p\text{-value}$  F-statistik  $>$

0,05 maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima yang artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama.

### 3.7.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat dengan nilai antara nol sampai satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.

