

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen di tempat lomba burung Ninestar BC. Objek penelitian yang menjadi *independent variable* atau variabel bebas yaitu (X1) kualitas pelayanan, (X2) citra merek, kemudian *dependent variable* atau variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen Gantangan Ninestar BC. Penelitian ini menggunakan bentuk kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanasi (*explanatory research*). Menurut Singarimbun dan Effendi (2008) penelitian eksplanasi (*explanatory research*) merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan yang lain (Singarimbun & Effendi, 2008). Peneliti menggunakan alat metode analisis linear berganda, uji t dan koefisien determinasi (R²).

3.2 Lokasi, Objek, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kabupaten Jombang yang respondennya adalah semua konsumen Gantangan Ninestar BC Jombang. Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Gantangan

Ninestar BC Jombang. Waktu penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu selama bulan April 2019 sampai selesai.

3.3 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran Variabel

3.3.1 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2011), definisi operasional variabel adalah sebuah pengertian yang diberikan kepada sebuah variabel dengan memberikan arti atau menjelaskan suatu operasional yang dibutuhkan untuk mengukur suatu variabel tersebut. Berdasarkan pokok permasalahan dan hipotesis, penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Gantangan Ninestar BC Jombang, terdapat 3 variabel diantaranya :

1. Variabel terikat (Y) adalah Kepuasan konsumen

Mengacu pada konsep Kotler (2012) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira. Menurut Tjiptono (2012) indikator kepuasan konsumen sebagai berikut:

a) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.

b) Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan.

c) Kesiediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

2. Variabel bebas (X)

a. Variabel kualitas pelayanan (X1)

Mengacu pada konsep kualitas pelayanan menurut (Kotler, 2012) adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu. Kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan indikator dari Tjiptono (2012) yaitu :

1. Bukti fisik (*Tangible*) Bukti fisik merupakan Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang

diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2. **Kehandalan (*Reliability*)** Kehandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.
 3. **Ketanggapan (*Responsiveness*)** Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
 4. **Jaminan (*Assurance*)** Merupakan pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.
 5. **Empati (*Empathy*)** Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan atau kebutuhan konsumen.
- b. Citra merek (X2)

Mengacu pada Kotler dan Keller (2008) Citra merek merupakan persepsi atau keyakinan konsumen, tentang suatu merek yang terbentuk di benak konsumen. Citra merek diukur menggunakan indikator (Kotler dan Keller, 2009) yaitu :

1. **Kekuatan (*strengthness*)** Pengukuran kekuatan merek mengacu pada atribut-atribut fisik dari merek tersebut. Merek bisa dianggap sebagai sebuah kelebihan ketika dibandingkan dengan

merek lainnya, misalnya : penampilan fisik produk dan manfaat produk dari semua fasilitas pendukung produk tersebut.

2. Keunikan (*uniqueness*), kemampuan untuk membedakan suatu merek satu dengan merek lainnya.
3. Mudah diingat (*favorable*), kemampuan suatu merek untuk diingat oleh konsumen, kemudahan merek produk ketika diucapkan maupun kesesuaian antara kesan merek dibenak konsumen dengan citra yang diinginkan oleh perusahaan terhadap merek tersebut.

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Item	Sumber
Kepuasan konsumen (Y)	Kesesuaian harapan	1. Saya merasa produk yang dijual di Ninestar BC sesuai harapan 2. Saya merasa pelayanan yang diberikan Di Ninestar BC sesuai harapan	Tjiptono (2012)
	Minat berkunjung kembali	3. Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Ninestar BC karena produk yang ditawarkan banyak pilihannya 4. Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Ninestar BC karena pelayanan yang diberikan memuaskan.	
	Kesediaan merekomendasikan	5. Saya akan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Ninestar BC karena produk yang ditawarkan banyak pilihannya. 6. Saya akan menyarankan teman atau kerabat untuk dating ke Ninestar BC karena pelayanan yang diberikan memuaskan.	
Kualitas pelayanan (X1)	Bukti fisik (<i>Tangible</i>)	7. Saya sangat senang dengan kebersihan serta kenyamanan tempat di Ninestar BC 8. Saya senang dengan penataan Ninestar BC yang rapi	Tjiptono (2012)

Tabel 3.1 Lanjutan

	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	9. Ninestar BC memiliki kemampuan dalam mengolah hadiah serta tropi yang menarik serta unik. 10. Pelayan Ninestar BC cekatan dalam menangani permintaan pemain	
	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	11. Tidak terlalu lama mengantri dalam meminta pemesanan tiket dalam Ninestar bc 12. Tidak terlalu lama meminta pelayanan makanan extra <i>feeding</i> terhadap panitia Ninestar BC	
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	13. Ninestar BC selalu memberikan juri yang professional terhadap konsuen 14. Hadiah yang di berikan Ninestar BC selalu sama seperti yang tertera di brosur	
	Empati (<i>Empathy</i>)	15. Juri Gantangan Ninestar BC memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial pemain burung 16. Pemilik Gantangan Ninestar BC memiliki kesungguhan dalam merespon kritik serta saran dari pelanggan	
Citra merek (X2)	Kekuatan	17. Gantangan Ninestar BC merupakan gantangan yang memiliki tempat paling strategis di daerah Ploso Jombang	(Kotler dan Keller, 2009).
	keunikan	18. Gantangan Ninestar BC memiliki ring hadiah yang beda daripada gantangan lain dan satu satunya di Jombang yang menggunakan system penjurian Radjawali Indonesia	
	Mudah diingat	19. Gantangan Ninestar BC memiliki tempat yang asik buat berlomba burung dan memanjakan mata dengan keindahan lokasinya	

3.3.2 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel adalah sebuah perjanjian yang digunakan sebagai acuan dalam menentukan panjang atau pendeknya sebuah interval yang ada didalam alat ukur. Alat ukur digunakan apabila

dalam pengukuran menghasilkan data kuantitatif yang dinyatakan dalam bentuk angka sehingga dianggap lebih akurat dan efisien (Sugiyono, 2011).

Penelitian ini menggunakan skala *likert*. Metode ini digunakan karena peneliti menggunakan sistem penyebaran kuesioner atau angket. Skala likert digunakan digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang tentang sebuah fenomena yang ada dilingkungan sosial. Menurut Sugiyono (2011), pengukuran jawaban atas pertanyaan skala *likert*, dengan nilai sebagai berikut :

- a) Skor 5, dengan kategori sangat setuju (SS)
- b) Skor 4, dengan kategori setuju (S)
- c) Skor 3, dengan kategori netral (N)
- d) Skor 2, dengan kategori tidak setuju (TS)
- e) Skor 1, dengan kategori sangat tidak setuju (STS)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terbagi atas subyek atau obyek yang memiliki karekteristik dan kualitas tertentu yang dipilih oleh peneliti guna dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2011).

Populasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu pelanggan di Gantangan Ninestar BC Jombang yang menggunakan

produk Gantangan Ninestar BC Jombang yang jumlah respondennya masih belum diketahui secara pasti.

3.4.2 Sampel

Penelitian ini ukuran populasi yang ditentukan beragam sehingga tidak dapat diketahui secara pasti, maka dari itu rumus yang akan digunakan dalam menghitung besaran sampel (Riduwan, 2010) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{\left(\frac{Z\alpha}{\sigma}\right)^2}{e}$$

Dimana :

n : jumlah sampel

$Z\alpha$: nilai yang didapat dari table normalitas tingkat keyakinan

e : kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka $Z_{0,05}$ adalah 1,96 dan standar deviasi (σ)= 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%. Maka perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu :

$$n = \frac{\left(\frac{1,96}{0,25}\right)^2}{0,05}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel adalah 97 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka besarnya pengambilan sampel dibulatkan menjadi 100 orang.

3.5 Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis Sumber Data

Jenis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

a) Data Primer

Menurut Sugiyono (2011) data primer merupakan sumber data yang berlangsung memberikan data kepada pengumpul data. Umumnya data primer ini sebelumnya belum tersedia, sehingga peneliti harus melakukan pengumpulan data dengan sendiri berdasarkan kebutuhan yang diperlukan.

b) Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2011) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari beberapa referensi selain dari responden juga diperoleh dari jurnal, buku dan sumber lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan tahapan awal dalam sebuah penelitian, karena tujuan dari penelitian tersebut adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2011). Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan ialah sebagai berikut :

a) Angket

Angket dalam penelitian ini merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pernyataan yang diajukan kepada

pihak responden, dalam hal ini adalah pelanggan Gantangan Ninestar BC Jombang.

b) Dokumentasi

Mengumpulkan dan mempelajari data dari buku-buku, tulisan ilmiah, dan internet yang berhubungan dengan penelitian.(Sugiyono, 2011)

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Ghozali (2012) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah kuesioner. Sebuah kuesioner bisa dikatakan valid apabila pertanyaan didalam kuesioner tersebut mampu untuk menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas merupakan ukuran sebuah pertanyaan dalam kuesioner yang telah dibuat benar-benar dapat diukur.

Uji validitas bisa diketahui dengan melihat r hitung sebagai berikut:

1. Apabila r hitung $\text{sig.} \leq 0,05 = \text{valid}$
2. Apabila r hitung $\text{sig.} > 0,05 = \text{tidak valid}$ (Ghozali, 2012:51).

Adapun uji coba validitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji validitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai Signifikansi	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,003	0,05	Valid
	X1.2	0,000	0,05	Valid
	X1.3	0,000	0,05	Valid
	X1.4	0,000	0,05	Valid
	X1.5	0,000	0,05	Valid
	X1.6	0,000	0,05	Valid
	X1.7	0,000	0,05	Valid
	X1.8	0,000	0,05	Valid
	X1.9	0,025	0,05	Valid
	X1.10	0,000	0,05	Valid
Citra Merek (X2)	X2.1	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,000	0,05	Valid
	X2.3	0,000	0,05	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,000	0,05	Valid
	Y1.2	0,000	0,05	Valid
	Y1.3	0,000	0,05	Valid
	Y1.4	0,000	0,05	Valid
	Y1.5	0,001	0,05	Valid
	Y1.6	0,002	0,05	Valid

Berdasarkan tabel 3.2 maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang terdapat pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan keputusan pembelian diperoleh dari Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti semua variabel adalah valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauhmana suatu instrument dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Uji *Alpha Cronbach* dengan criteria hasil pengujian antara lain:

1. Jika nilai Alpha Cronbach $> 0,6$ maka dapat diartikan bahwa variabel penelitian reliabel.
2. Jika nilai Alpha Cronbach $< 0,6$ maka dapat diartikan bahwa variabel penelitian tidak reliabel (Ghozali, 2012).

Adapun uji coba realibilitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji realibilitas instrument dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Uji Realibilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
X1	0,846	Alpha Cronbach $> 0,6$ maka reliabel	Reliabel
X2	0,611		Reliabel
Y	0,725		Reliabel

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012), untuk menguji suatu data distribusi normal atau tidaknya bisa dilakukan dengan menggunakan grafik normal plot. Grafik normal plot, dengan asumsi :

- a. Jika datanya menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi yang normal, maka model tersebut memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika datanya menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal dan grafik histogramnya tidak menunjukkan pada distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

3.7.2 Uji Heteroskedastitas

Uji Heteroskedastitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi suatu ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteros kedastisitas. Menurut Ghozali (2012), dengan ansumsi:

- a. Apabila ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadilah heteros kedastisitas.
- b. Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteros kedastisitas.

3.7.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Apabila variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Menurut Ghozali (2012), untuk mendeksi ada atau

tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- a. Mempunyai angka Tolerance diatas 0.1
- b. Mempunyai nilai VIF di bawah 10.

3.7.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu *cross sectional*. Autokorelasi merupakan korelasi *time series* (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria pengambilan jika $D - W$ sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *rule of thumb* (aturan ringkas), jika nilai $D - W$ diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi. (Ghozali, 2012)

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskripsi, yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif presentase digunakan untuk mengkaji dan menganailsa variabel-variabel yang ada dalam penelitian (kualitas

pelayanan, citra merek dan kepuasan konsumen) (Kotler & Armstrong., 2008). Dalam metode rumus yang digunakan menurut Sudjana yaitu:

$$\text{Rentang skor} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

Skor tertinggi : 5

Skor terendah : 1

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

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor menurut Sudjana (2008) antara lain :

1,0 – 1,8 = sangat buruk

1,9 – 2,6 = buruk

2,7 – 3,4 = cukup

3,5 – 4,2 = baik

4,3 – 5,0 = sangat baik

3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sanusi (2011), analisis ini pada dasarnya adalah sebuah perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu dengan menambah jumlah variabel bebas yang pada sebelumnya ada satu menjadi dua atau bahkan lebih variabel bebas. Bentuk umum dari persamaan regresi linear berganda yang digunakan didalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan konsumen

a : Konstanta

b_1 - b_1 : koefisien regresi menunjukkan angka peningkatan dan penurunan variabel dependen yang berdasar pada hubungan nilai variabel independen

X1 : Kualitas pelayanan

X2 : Citra merek

e : Standar error

3.8.3 Uji Parsial (Uji t)

Uji t berarti melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variable independen terhadap variable dependen dengan mengasumsikan bahwa variable independen lain dianggap konstan.

Uji t hasil dapat diketahui dengan dibandingkannya t_{tabel} dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan sebagai bahan pertimbangan adalah sebagai berikut :

Ho diterima jika nilai $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$

Ho ditolak jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$

Bila terjadi penerimaan Ho maka dapat disimpulkan suatu pengaruh adalah tidak signifikan, sedangkan bila Ho ditolak artinya ada pengaruh adalah signifikan.

3.8.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$ ini berarti variabel bebas memiliki pengaruh dengan variabel terikat (Ghozali, 2012).