

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah seluruh siswa LBPP LIA di kota Padang

#### 3.2 Populasi Sampel

##### 3.2.1 Populasi

Populasi (population) mengacu pada keseluruhan kelompok orang, peristiwa atau sesuatu yang menarik perhatian peneliti untuk di investigasi (Sekaran, 2006). Berdasarkan penjelasan tersebut yang menjadi Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengambil program mahasiswa dan umum dari lembaga les bahasa inggris LIA kota Padang.

##### 3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian yang diambil dari populasi dan yang membedakan sampel dengan populasi yaitu bagian yang diambil dari populasi tersebut dianggap telah mewakili seluruh sistem yang ada (Istijanto, 2005). Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus (Chochran, 1963) sebagai berikut:

$$n_0 = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

$n_0$  = ukuran sampel

$Z^2$  = abschissa kurva normal yang memotong area sisi (*tails*), atau 1-tingkat kepercayaan, misalnya 95%

$e^2$  = tingkat ketepatan yang diinginkan

**p** = proporsi yang diestimasi suatu atribut yang ada dalam suatu populasi

**q** = 1-p

Berdasarkan pada rumus tersebut, maka perhitungan untuk jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n_0 = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n_0 = \frac{(1,96)^2(0,1)(0,9)}{(0,05)^2} = 136$$

Maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 136 responden. Dengan menggunakan rumus Chocran tersebut, maka penentuan besarnya sampel melibatkan atau memasukkan karakteristik-karakteristik yang terdapat pada populasi, sehingga dengan besar sampel secara minimal tersebut akan mampu mencerminkan kondisi populasi yang sebenarnya. Rumus ini tidak hanya mempertimbangkan tingkat *alpha* tetapi juga memasukkan karakteristik yang terdapat pada populasi. Dengan cara tersebut, maka kesalahan dalam penentuan besarnya sampel menjadi tereliminasi. Sampel dalam penelitian ini berasal dari siswa yang terdaftar di LIA Kota Padang.

### 3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling yaitu sampel dipilih dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010). Dimana purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode ini merupakan metode penetapan sampel dengan berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu, yaitu:

- a. Mahasiswa dan Umum
- b. Siswa yang masih aktif belajar di LIA

- c. Siswa yang mengambil program CV (Mahasiswa dan umum), *English For Adult* (Pelajar, mahasiswa dan umum), dan EPT atau *English Proficiency Test* (umum).

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan daftar pernyataan dalam bentuk kuesioner (Angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, Sugiyono (2010).

### **3.4 Definisi Operasional Variabel**

#### **3.4.1 Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

Menurut Tjiptono (2012), mengemukakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Lupiyoadi (2010) menyatakan bahwa ada lima indikator yang mencirikan kualitas pelayanan, yaitu:

1. Fisik, berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Item untuk mengukur bukti fisik:
  - a. Kondisi Peralatan
  - b. Kondisi kawasan dan gedung
  - c. Kondisi sumber daya manusia
  - d. Keselarasan fasilitas fisik

2. Keandalan, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Item untuk mengukur keandalan:
  - a. Kesesuaian pelaksanaan sesuai dengan rencana
  - b. Kepedulian LBPP LIA terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen
  - c. Keandalan penyampaian jasa sejak awal
  - d. Ketepatan waktu pelayanan sesuai janji yang diberikan
  - e. Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan/dokumen
3. Ketanggapan, berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Item untuk mengukur ketanggapan:
  - a. Kejelasan informasi waktu penyampaian jasa
  - b. Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan administrasi
  - c. Ketersediaan pegawai selalu membantu konsumen
  - d. Keluangan waktu untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat
4. Jaminan, yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Item untuk mengukur jaminan:

- a. Kemampuan SDM
  - b. Rasa aman selama berurusan dengan staf/karyawan
  - c. Kesabaran karyawan
  - d. Dukungan pimpinan LBPP LIA pada tugas staf/karyawan
5. Empati, berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Item untuk mengukur empati:

- a. Perhatian LBPP LIA kepada konsumen
- b. Perhatian staf/karyawan secara pribadi kepada konsumen
- c. Pemahaman akan kebutuhan konsumen
- d. Perhatian LBPP LIA terhadap kepentingan konsumen
- e. Kesesuaian jam kerja LBPP LIA dengan kesibukan konsumen

### **3.4.2 Lokasi ( $X_2$ )**

*Place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran (Kotler & Armstrong, 2008).

Indikator untuk mengukur lokasi Tjiptono (2008) dalam Firdiyansyah (2017) :

1. Keamanan di sekitar lokasi LBPP LIA terjamin
2. Arus lalu lintas menuju lokasi lancar
3. Kondisi lingkungan nyaman

### **3.4.3 Harga ( $X_3$ )**

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swastha, 2010).

Menurut Putra dan Raharja (2012) ada tiga indikator yang mencirikan harga, yaitu:

1. Kesesuaian harga dengan kualitas jasa yang diberikan.
2. Kesesuaian harga dengan pelayanan yang diterima.
3. Kesesuaian harga dengan fasilitas.

### **3.4.4 Kepuasan Konsumen (Y)**

Menurut Kotler (2005) adalah perasaan suka atau tidak seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan kinerja produk tersebut dengan harapannya.

Menurut Putra dan Raharja (2012) menyatakan bahwa tiga indikator mengukur kepuasan konsumen:

1. Pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain.
3. Puas atas kualitas pelayanan yang sudah dirasakan.

## **3.5 Pengukuran Instrumen**

Pengukuran data dalam penelitian ini adalah angket daftar pernyataan yang disusun berdasarkan kisi-kisi dalam bentuk skala likert (Skala Lima Tingkat). Daftar pernyataan yang disusun mengikuti model skala dengan skala likert 1 sampai 5 terdiri dari : (Sugiyono, 2014)

1. Sangat Setuju                      diberi skor 5
2. Setuju                                diberi skor 4
3. Netral                                 diberi skor 3

4. Tidak Setuju                    diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju        diberi skor 1

Instrument penelitian yang menggunakan skala Likert dapat dibuat dalam bentuk *Checklist*.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup uji validitas dan reabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda. Semua analisis data menggunakan bantuan program SPSS Versi 16.0.

#### **3.6.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas**

##### **1. Uji Validasi**

Validitas didefinisikan sebagai ukuran seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurannya. Suatu alat ukur yang valid tidak sekedar mengungkapkan data dengan tetap, akan tetapi juga harus memberikan gambaran mengenai data tersebut. Suatu tes atau instrumen pengukur dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut menjalankan fungsi atau memberikan hasil ukurannya yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran.

Teknik dalam pengukuran validitas dalam penelitian ini dengan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. *CFA* berfungsi untuk menguji apakah suatu konstruk mempunyai unidimensionalitas atau apakah indikator-indikator pertanyaan yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel. Untuk pengujian *CFA*, *Kaiser Mayer Olkin (KMO)* dan *Barlett's test of sphericity* untuk korelasi antar variabel yang diinginkan adalah diatas 0,5 dan tingkat signifikansi penelitian adalah dibawah 0,05, setelah syarat tersebut

terpenuhi maka validnya item pertanyaan ditentukan uji CFA dengan standar nilai  $\geq 0,50$  (Ghozali, 2011).

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Untuk mengetahui reliabilitas variabel digunakan nilai cronbach alpha minimal 0,70, semakin dekat koefisien keandalan dengan 1,0 semakin baik (Sekaran 2006)

### 3.6.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif berguna untuk: 1) Mendeskripsikan profil responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, dan lamanya menjadi konsumen. 2) mendeskripsikan skor rata-rata variabel penelitian. 3) mendeskripsikan Tingkat Capaian Responden (TCR).

**Tabel 3.1**  
**Kriteria Tingkat Capaian Responden**  
**(TCR)**

TCR(%)	KETERANGAN
90-100	Sangat Puas
80-89,9	Puas
65-79,9	Cukup Puas
55-64,9	Tidak Puas
0-54,9	Sangat Tidak Puas

*Sumber : Arikunto (2006)*

$$\text{TCR} = (\text{RATA-RATA} / 5) \times 100\%$$



### **3.6.3 Uji Asumsi Klasik**

Tujuan melakukan uji asumsi klasik adalah untuk memenuhi persyaratan dalam analisis regresi linear yang terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas (Suliyanto, 2011).

#### **3.6.3.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk melakukan uji normalitas digunakan Uji Kolmogorov-Smirnov (KS) dimana apabila nilai signifikan variabel penelitian lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengganggu atau residual terdistribusi secara normal.

#### **3.6.3.2 Uji Linearitas**

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Untuk menentukan apakah fungsi persamaan regresi yang digunakan berbentuk liner dapat dilihat dari nilai signifikan. Bila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 berarti persamaan regresi yang digunakan berbentuk linear dan sebaliknya.

#### **3.6.3.3 Uji Multikoleniaritas**

Uji multikolonieritas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi antara sesama variabel bebas. Cara menentukan ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi digunakan nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Multikolonieritas terjadi apabila nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10.

### 3.6.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk memprediksi regresi yang digunakan cocok atau tidak. Dalam spss metode yang sering digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada *scatterplot* yang menunjukkan hubungan antara *Regression Studentised Residual* dengan *Regression Standardized Predicted Value*. Dasar pengambilan keputusan berkaitan dengan gambar tersebut adalah jika tidak terdapat pola yang jelas yaitu jika titik-titiknnya menyebar, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas (Santoso, 2001).

### 3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menguji hipotesis adanya pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan pelanggan siswa LBPP LIA di Kota Padang maka digunakan alat uji statistik yaitu regresi linear berganda yang dapat di rumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

$\gamma$  = Kepuasan Konsumen

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien regresi masing-masing variabel

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Lokasi

$X_3$  = Harga

$e$  = *error*

### 3.6.5 Uji Hipotesis

#### 3.6.5.1 Uji t

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu dengan asumsi jika signifikan t–hitung yang dapat dilihat dari hasil analisa regresi menunjukkan

$\alpha = 5 \%$ . Dengan rumus Gujarati (1997) :

$$t = \frac{\beta_n}{\overline{S\beta_n}}$$

Dimana :

$\beta_n$  = koefisien regresi masing – masing variabel

$S\beta_n$  = koefisien erro masing – masing variabel

Kriteria Pengujian

Jika signifikan  $> \alpha 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Jika signifikan  $< \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima