

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Sugiyono (2010) Objek adalah atribut, nilai, atau sifat dari seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi, ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulan. Objek dalam penelitian ini adalah PO. Efisiensi. Sedangkan subyek dalam penelitian ini pelanggan jasa transportasi PO. Efisiensi di Yogyakarta.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer. Data Primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti dengan variabel untuk tujuan studi, (Sekaran, 2011). Peneliti mendapatkan data dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden dengan kriteria yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010) data kuantitatif adalah data yang dapat dihitung dan diukur secara langsung yang dinyatakan dalam bentuk bilangan atau angka.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik penarikan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik non probability yang bernama *purposive sampling*, teknik sampling yang didasarkan atas pertimbangan tertentu dengan tujuan untuk memperoleh sampling yang memiliki karakteristik yang diharapkan peneliti (Sugiyono,

2010), Menurut Uma Sekaran (2011) ukuran sampel yang tepat antara lebih dari 30 dan kurang dari 500. Ukuran sampel pada penelitian ini 100 berdasarkan populasi yang banyak dan tidak diketahui dengan pasti. Adapun kriteria responden yang sudah ditentukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Responden yang telah menggunakan bus Efisiensi minimal 2 kali.
2. Responden berusia minimal 17 tahun

Dengan berdasarkan kriteria 2 poin diatas diharapkan responden yang akan dijadikan sampel untuk penelitian ini dapat memberikan hasil jawaban yang akurat dan lebih *up to date*.

D. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner kepada para responden yang dijadikan sampel dalam penelitian. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab.

Untuk pengumpulan data dalam kuisisioner, skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert

Sangat setuju (SS)	: 5
Setuju (S)	: 4
Netral (N)	: 3
Tidak Setuju (TS)	: 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1

Definisni Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisni Operasional	Indikator
1	Citra Perusahaan	<p>Citra Perusahaan merupakan kombinasi dampak terhadap observer dari semua komponen-komponen verbal maupun visual perusahaan baik yang direncanakan ataupun tidak atau dari pengaruh eksternal lainnya.</p> <p>(Gregory, 2011)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Personality</i> Kepribadian dari perusahaan 2. <i>Reputation</i> Reputasi yang dimiliki perusahaan 3. <i>Kredibilitas</i> Kualitas yang ada di perusahaan 4. <i>Reliabilitas</i> potensi atau keandalan yang dimiliki perusahaan 5. <i>Trustworthiness</i> kepercayaan yang layak yang dimiliki perusahaan 6. <i>Responsibility</i> kemampuan perusahaan bertanggung jawab 7. <i>Value</i> nilai yang dimiliki perusahaan 8. <i>Corporate identity</i> identitas perusahaan bagi konsumen <p>(Harrison (1995) dalam Pasaribu (2015))</p>
2	Persepsi Kualitas Pelayanan	Persepsi kualitas merupakan penilaian konsumen terhadap keunggulan atau superioritas produk secara keseluruhan. Oleh karena itu, persepsi kualitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibles</i> (adanya suatu bukti bahwa perusahaan memberikan perhatian dan kepedulian kepada

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
		<p>didasarkan pada evaluasi subyektif konsumen terhadap kualitas produk.</p> <p>(Tjiptono, 2011)</p>	<p>konsumen)</p> <p>2. <i>Reliability</i> (kemampuan perusahaan memberikan pelayanan terhadap yang dijanjikan)</p> <p>3. <i>Responsiveness</i> (kemampuan merespon segala kebutuhan konsumen)</p> <p>4. <i>Assurance</i> (merupakan jaminan pengetahuan karyawan untuk membangun kepercayaan kepada diri konsumen)</p> <p>5. <i>Emphaty</i> (kemampuan perusahaan memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan terhadap kebutuhan konsumen).</p> <p>(Parasuraman (2001) dalam Haryeni dkk (2017))</p>
3	Kepuasan Pelanggan	<p>Kepuasan Pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah mem-bandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang di</p>	<p>1. Terpenuhinya harapan konsumen</p> <p>2. Perasaan puas menggunakan jasa yang diberikan</p> <p>3. Kepuasan terhadap</p>

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
		harapkan. (Kotler,2014)	fasilitas 4. Kepuasan secara menyeluruh (Kotler (2012) dalam Khakim dkk (2014))

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukuran yang kita gunakan mampu mengukur apa yang ingin kita ukur dan bukan mengukur yang lain (Rahmawati, dkk, 2015). Kriteria valid dapat di lihat melalui nilai dari *Pearson Correlation* dan *Sig. (2-tailed)*. Jika nilai *Pearson Correlation* lebih besar dari pada nilai pembanding berupa *r-kritis*, maka item tersebut valid. Atau jika nilai *Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 maka item tersebut valid dengan derajat kepercayaan 95% (Kuncoro, 2013).

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden benar-benar dapat digunakan sebagai alat pengukur. Pengujian ini hanya dilakukan pada butir-butir pertanyaan yang sudah di uji validitasnya dan telah dinyatakan butir yang valid. Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach's* yang di mana dalam suatu

kuesioner di anggap reliabel apabila *Alpha Cronbachs* > 0,6 (Kuncoro, 2013).

G. Alat Analisis Dan Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan metode Kuantitatif, menurut Sugiyono (2012) metode kuantitatif sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Pengujian Analisis menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda yang dioperasikan melalui program SPSS 25.

Untuk menganalisis data yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda diperlukan guna mengetahui koefisien-koefisien regresi serta signifikansi sehingga dapat dipergunakan untuk menjawab hipotesis. Secara umum formulasi dari regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Nilai *intercept*/constant

X1 = Variabel Citra Perusahaan

X2 = Variabel Persepsi Kualitas Pelayanan

1, 2, β_3 = Koefisien regresi variabel bebas

e = *standard error* (tingkat kesalahan)

2. Uji Hipotesis

a. Uji F

Menurut Sugiyono (2010) uji F di gunakan untuk menguji bagaimana pengaruh X_1 , X_2 terhadap Y (pengaruh bersama antara citra perusahaan dan persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan).

b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Menurut Sugiyono (2010) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Jadi singkatnya uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing dari variabel.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui % nilai Y sebagai variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh garis regresi, Rahmawati dkk (2015) Koefisien Determinasi diartikan sebagai proporsi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model penelitian. Nilai Koefisien Determinasi atau antara 0 sampai 1 jika nilai r^2 mendekati nilai 1, maka semakin besar variabel bebas menerangkan variabel terikatnya.