

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

(Nurul, 2006) Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survey yang cara pengambilan sampelnya dari satu populasi dan menggunakan kuisisioner/angket sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Penelitian kuantitatif pada dasarnya memiliki tujuan yang berguna mengkaji hubungan antar variabel penelitian. Setelah penyebaran kuisisioner/angket kepada responden, selanjutnya akan diolah berupa angka yang bisa diperhitungkan secara statistik (Sandjaja & Harianto, 2006). Jenis penelitian yang di gunakan yaitu analisis regresi berganda untuk mengatasi permasalahan analisis yang mengakibatkan dua atau lebih variabel bebas.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini ialah kepuasan konsumen PBMT Travel dengan studi kasus pada BMT Beringharjo Yogyakarta, salah satu BMT di Yogyakarta yang bekerjasama dengan PBMT Travel. Objek yang diteliti menggunakan variabel kualitas pelayanan, harga, dan word of mouth terhadap kepuasan konsumen.

C. Populasi dan Sampel

(Sugiyono, 2015) Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan

oleh penulis untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi penelitian ini ialah seluruh konsumen yang sudah pernah menggunakan layanan jasa umroh di PBMT Travel pada BMT Beringharjo yakni alumni Jama'ah umroh PBMT Travel Yogyakarta dari tahun 2014-2019. Berdasarkan data yang diberikan oleh BMT beringharjo, jumlah konsumen pada tahun 2014-2019 adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Jumlah Konsumen dari Tahun 2014-2019

Tahun	Jumlah Konsumen
2014	29
2015	12
2016	37
2017	31
2018	57
2019	25
Total	191

Sampel, ialah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *non random* sampling dengan jenis teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* yakni pengambilan sampel sumber data dengan mempertimbangkan tertentu. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan ialah konsumen yang sudah melaksanakan umroh di PBMT Travel pada BMT Beringharjo pada tahun 2014-2019. Penentuan sampel responden dari total populasi dalam penelitian ini, dilakukan menggunakan (Lupiyoadi, 2001) rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% dan jumlah

populasinya berdasarkan total alumni jama'ah selama tahun 2014-2019 sebesar 191 sebagai populasi (N) dan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e^2 : Batas toleransi kesalahan (error tolerance) 10%

$$n = \frac{191}{1 + 191 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{191}{2,91}$$

$$n = 65,63$$

Berdasarkan rumus slovin diatas, maka diperoleh sampel sebesar 65,63 atau di bulatkan menjadi 70 alumni jama'ah umroh.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner. Observasi yakni berupa proses mengumpulkan data dengan cara pengamatan langsung di obyek penelitian yang berguna mendukung hasil kuesioner. Selanjutnya di lakukan pembagian lembaran angket yang berisi daftar pertanyaan/ Pernyataan kepada responden yaitu alumni jama'ah umroh PMBT Travel pada BMT Beringharjo Yogyakarta yang berkaitan pada kualitas pelayanan, harga dan word of mouth terhadap kepuasan dalam menggunakan jasa travel. Terdapat dua

bentuk dalam pembagian kuesioner kepada responden yakni dengan media google form dan print out yang diberikan langsung pada responden.

Penelitian ini menggunakan skala likert. Skala Likert berguna untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Penggunaan skala likert ini akan diukur kemudian dipaparkan menjadi dimensi, dimensi dipaparkan sebagai sub variabel, selanjutnya sub variabel dipaparkan lagi sebagai indikator yang bisa diukur, hingga akhirnya indikator-indikator yang terukur inilah, bisa menjadi tolak ukur dalam membangun instrumen yang berbentuk pertanyaan atau pernyataan yang dijawab oleh koresponden. Skala likert yang dipakai dalam penelitian ini memiliki 4 tingkatan jawaban.

Skor 4: Sangat Setuju

Skor 3: Setuju

Skor 2: Tidak Setuju

Skor 1 : Sangat Tidak Setuju

E. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer, menurut (Warsito, 1993) adalah sebesar informasi yang dihimpun oleh peneliti secara langsung dari sumbernya. Data primer adalah data yang Data primer dalam penelitian ini ialah data utama yang kemudian akan diolah dan dianalisis oleh peneliti. Data primer di peroleh dari hasil kuisisioner yang diberikan kepada responden.

b. Data Sekunder, ialah data yang didapat dari orang lain atau data diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya. Data sekunder merupakan data yang

telah dikumpulkan oleh pihak lain dan bukan dari peneliti itu sendiri (Istijanto, 2005). Hal ini mengandung arti bahwa peneliti sekedar mencatat, mengakses atau meminta data tersebut ke pihak lain yang telah mengumpulkan datanya di lapangan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa profil perusahaan jasa travel (PBMT Travel), buku, jurnal, website dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan bahasan topik penelitian.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga dapat menjadi variabel yang akan diukur. Definisi operasional menjelaskan cara mengoperasikan konstruk sehingga dapat dijadikan acuan penelitian lain untuk replika dengan cara yang sama atau penambahan konstruk lain (sugiyono, 2012).

A. Kualitas Pelayanan

(Kotler & Amstrong, 2008) Kualitas pelayanan yakni penilaian konsumen atas keunggulan/istimewamua suatu produk atau layanan secara menyeluruh yang dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi pelanggan. Berikut indikator kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh (Tjiptono, 2006) sebagai berikut :

1. Bukti Fisik/Tangible
 - a) Penampilan fisik pegawai
 - b) Penampilan fisik fasilitas kantor/perusahaan
 - c) Sarana kebutuhan yang didapatkan
2. Kehandalan/Reliability

- a) Kesesuaian jasa
 - b) Ketepatan waktu
 - c) Menangani komplain
3. Daya Tanggap/Responsiveness
- a) Kecepatan pelayanan
 - b) Kesiapan pegawai
4. Jaminan/Assurance
- a) Sikap pegawai
 - b) Tata cara pelayanan
 - c) Komunikasi
5. Empati/Emphati
- a) Perhatian secara individu
 - b) Permintaan maaf
 - c) Kepedulian pegawai

B. Harga

Harga ialah sejumlah uang yang diserahkan untuk mendapatkan suatu barang/layanan jasa. Harga dalam penelitian ini mengacu pada teori (Kotler & Amstrong, 2012) yang memiliki pendapat bahwa indikator harga terdiri sebagai berikut :

1. Keterjangkauan Harga

Keterjangkauan harga ialah aspek penetapan harga yang dilakukan penjual atau produsen sesuai dengan kemampuan

daya beli konsumen. Setiap memandang harga, konsumen mempunyai beberapa pandangan bebrbeda akan tetapi umumnya konsumen akan mengharapkan harga yang terjangkau dengan kualitas produk/jasa yang cukup baik dan memuaskan. Penjual/produsen yang memberi harga terlalu tinggi akan berdampak pada permintaan produ/jasa mengalami penurunan.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk dan manfaatnya

Penetapan harga yang dilakukan oleh penjual/produsen sesuai dengan kualitas jasa yang dapat diperoleh konsumen, sehingga semakin baik kualitas produk/jasa maka semakin tinggi harga yang ditawarkan. Seimbangnnya harga yang tinggi dengan kualitas produk/jasa yang ditawarkan maka akan menciptakan kepuasan konsumen. Sedangkan aspek penetapan harga yang dilakukan penjual/produsen sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen dari produk/jasa yang dibeli. Produk/jasa yang mempunyai manfaat lebih besar maka akan memiliki harga yang lebih tinggi dan terciptanya kepuasan.

3. Daya saing Harga

Daya saing harga yaitu penawaran harga yang diberikan oleh penjual/produsen berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain pada satu jenis produk/jasa yang sama. Penjual akan berusaha untuk memberikan harga yang lebih

murah untuk produk/jasa yang sama supaya mendapatkan pasar yang lebih luas.

C. Word Of Mouth

Word of mouth diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan konsumen yang sudah menggunakan produk layanan jasa dan bercerita pengalamannya tentang pelayanan tersebut kepada orang lain. Jika kebutuhan konsumen terpenuhi maka konsumen akan memiliki pengalaman menyenangkan sehingga akan merasa puas dan dengan senang hati akan melakukan word of mouth yang positif. WOM juga dapat berindikasi secara tidak langsung konsumen melakukan promosi untuk menarik calon konsumen menggunakan produk layanan yang sama. Indikator word of mouth dalam penelitian ini mengacu dalam jurnal of service marketing vol. 19 pp 133-139 (Babin, 2005) sebagai berikut :

1. Membicarakan

Adalah kemampuan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan perusahaan kepada orang lain.

2. Rekomendasi

Menjadi konsumen yang merekomendasi kemudian melakukan rekomendasi jasa perusahaan tersebut kepada orang lain

3. Mendorong

Memberikan dorongan terhadap teman atau relasi untuk melakukan pembelian terhadap jasa perusahaan.

D. Kepuasan

Kepuasan ialah perasaan senang/kecewa seseorang yang muncul sesudah membandingkan kinerja hasil produk/layanan terhadap hasil yang diharapkan sebelum menggunakan produk/layanan jasa. Adapun indikator kepuasan penelitian ini mengacu (Tjiptono, 2004) sebagai berikut :

1. Kesesuaian dengan harapan konsumen

Hal ini merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk/jasa, staf/karyawan, fasilitas konsumen yang diperoleh telah sesuai atau lebih dari yang diharapkan.

2. Adanya minat menggunakan produk/layanan kembali

Hal ini merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk/jasa, staf/karyawan, fasilitas konsumen yang diperoleh telah sesuai atau lebih dari yang diharapkan.

3. Kesiediaan merekomendasikan

Hal ini merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk/jasa, staf/karyawan, fasilitas konsumen yang diperoleh telah sesuai atau lebih dari yang diharapkan.

G. Teknik Analisis Data

Data penelitian yang sudah terkumpul akan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif. Sebelum di analisis, data primer yang sudah terkumpul disimpan dalam file Microsoft Excel 2016 yang berguna untuk mengelola data karakteristik responden. Selanjutnya data primer dimasukkan, diolah, dianalisis

dan diinterpretasikan menggunakan aplikasi software IBM SPSS Statistics 21. Berikut beberapa pengujian yang akan dipakai dalam penelitian ini :

1. Uji Kualitas Instrumen

Untuk menguji instrumen, peneliti menggunakan butir-butir pertanyaan berupa kuisioner yang akan dibagikan kepada responden melalui media google form dan pembagian printout secara langsung kepada responden.

a. Uji Validitas

(Priyanto, 2014) Uji ini berguna untuk mengukur sah atau tidak validnya sebuah kuisioner. Dapat dinyatakan valid bila pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Pengukuran validitas dalam penelitian dilaksanakan dengan metode korelasi person, caranya yakni mengkorelasi skor item pada skornya. Skor total ialah penjumlahan seluruh item satu variabel.

b. Uji Reabilitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang terbiasa menggunakan kuisioner. Metode yang selalu dipakai dalam penelitian untuk mengukur skala likert ialah cronbach Alpha. Reabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan diatas 0,8 ialah baik (V. & Poly, 2012).

2. Uji Asumsi Klasik

Terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi sebelum menggunakan analisis linear berganda sebagai alat ukur untuk menganalisis variabel yang

diteliti. Berikut pengujian asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini :

- a) **Uji Normalitas**, (Ghazali, 2011) Uji ini berguna untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi lazim. Contohnya diketahui jika uji T & F beramsusi jika nilai residual mengukur distribusi lazim/normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid atau jumlah sampel kecil.
- b) **Uji Multikolonieritas**, (Ghazali, 2011) uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas/independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi yakni menjadikan koefisiensi regresi tidak tentu sehingga tingkat kesalahannya menjadi sangat besar yang biasanya ditandai nilai koefisiensi determinasi sangat besar, namun pada pengujian pearson koefisien regresi tidak ada koefisiensi regresi yang signifikan.
- c) **Uji Linearitas**, uji ini digunakan untuk mengetahui garis regresi antara X dan Y membentuk garis linear atau tidak. Jika tidak maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan. Model regresi dalam bentuk fungsi linear bila F hitung lebih kecil dari F tabel. Selain itu uji linearitas dapat diketahui dengan nilai signifikannya, yakni dikatakan linear apabila

signifikansinya lebih besar dari taraf signifikansi yang ditentukan yaitu sebesar 5% (Ghazali, 2011)

d) Uji Heterokedastitas, uji ini berguna untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance antara satu pengamatan dengan pengamatan lain. Jika residual pengamatan tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika tidak maka berarti mengalami heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah mengalami homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghazali, 2011).

3. Uji Analisis Regresi Berganda

Uji analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji *Analisis Regresi Berganda* dengan SPSS. (Ghazali, 2011) Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam variabel ini uji analisis regresi dilakukan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menggunakan regresi berganda (*multiple regression*) karena melibatkan dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, X_3 dan seterusnya) dan satu variabel terikat (Y). Persamaan dalam uji analisis linear berganda ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat/dependen

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi mengukur besarnya pengaruh X dan Y

X1 = Variabel Bebas/ independen pertama

X2 = Variabel Bebas/ independen kedua

X3 = Variabel Bebas/ independen ketiga

4. Uji Hipotesis

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini di uji dengan regresi linear berganda. Adapun cara yang digunakan untuk menganalisisnya, yaitu :

a) *Uji Signifikansi Parsial (Uji T-test)*, uji ini berguna untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara individu atau sendiri-sendiri. Bawono (2006) Langkah-langkah pengujiannya :

1) Menentukan hipotesis

$H_0: \beta_1 = 0$, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_0: \beta_1 \neq 0$, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) Menentukan t tabel dengan menggunakan tingkat α 5% dan derajat kepercayaan $(dk) = \alpha/2, n-k$.

3) Pengambilan keputusan

Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan. Jika t hitung \geq t tabel maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan.

b) *Uji Signifikansi Simultan (Uji F)* menurut (Ghazali, 2011) Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/ terikat. Hipotesis nol (H_0) yang akan diuji ialah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya : Apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_A) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_1 \neq b_2 = \dots = b_k \neq 0$$

Artinya : Semua variabel independen secara simultan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diuji dengan menggunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Quick look : bila nilai F besar daripada 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%, dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif , yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F tabel. Bilai nilai F hitung memiliki nilai lebih besar

dari pada nilai F tabel, jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

- c) **Uji R^2 (Koefisien Determinan)** menurut (Ghazali, 2011) Koefisien determinasi ialah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ialah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil bermakna kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.