

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal atau angka yang di olah dengan metode statistika serta di lakukan pada penelitian inferensial atau dalam rangka pengujian hipotesis, sehingga di peroleh signifikansi perbedaan antara variabel yang di teliti (Azwar, 2004).

Jenis penelitian ini adalah analisis faktor yaitu bertujuan untuk mengetahui faktor yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu:

1. Variabel bebas (x) adalah faktor faktor kepuasan konsumen yang meliputi:
bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati.
2. Variabel terkait (y) adalah kepuasan konsumen.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional dari kepuasan konsumen adalah hasil penilaian konsumen terhdap jasa yang di berikan oleh PT Kereta Api Indonesia yang di

ukur melalui lima dimensi pelayanan, yaitu: (1) faktor bukti fisik berkaitan dengan penampilan fasilitas, peralatan, personel dan media komunikasi, (2) faktor keandalan berkaitan dengan pelayanan yang akurat sejak awal dan menyampaikan jasanya dengan ketepatan waktu yang telah di sepakati, (3) faktor ketanggapan berkaitan dengan kecepatan atau ketanggapan petugas dalam memberikan pelayanan, (4) faktor jaminan berkaitan dengan kesopanan dan pemberian penjelasan dengan baik dalam menimbulkan kepercayaan dan kenyamanan terhadap konsumen, (5) faktor empati berkaitan dengan sikap dan perhatian petugas, berlaku adil pada setiap konsumen, dan berpenampilan baik dalam member perhatian secara individu kepada konsumen.

C. Subyek Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah subyek penelitian, dalam penelitian ini adalah penumpang kereta api yang berada di stasiun Gubeng Surabaya. Stasiun Gubeng di pilih sebagai lokasi penelitian karena stasiun tersebut merupakan salah satu stasiun terbesar di Surabaya yang seringkali di padati para penumpang dan calon penumpang yang akan bepergian antar kota antar provinsi.

Jumlah populasi penumpang di stasiun Gubeng Surabaya setiap harinya tidak terpaku oleh jumlah tertentu, akan tetapi jika di kumulasikan jumlah setiap bulannya berkisar antara 89.000 sampai 96.000 penumpang.

2. Teknik Pengambilan Sample

Teknik pengambilan sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah insidental sampel, dimana cara pengambilannya tanpa adanya karakteristik tertentu dan siapa saja yang penting pernah mengunjungi, dilayani dan menggunakan kereta api.

3. Sample

Adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti dengan demikian penelitian bukan dilakukan terhadap populasi keseluruhan, melainkan terhadap sebagian populasi tersebut.

Besarnya populasi yang mencapai kisaran antara 89.000 – 96.000 penumpang tiap bulannya (rata rata 90.000)¹. Dan disini peneliti mengambil responden dengan pengambilan cara random (insidental) atau setiap menemui penumpang yang kelihatannya memiliki waktu luang kita berikan. Sampel yang di ambil sebanyak 100 responden.

D. Instrumen Penelitian

Peneliti membutuhkan sejumlah data pendukung yang berasal dari individu yang bersangkutan (subyek penelitian). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner yang berisi sejumlah pertanyaan / pernyataan tertulis

¹ Sumber (PT KAI DAOP 8 Surabaya)

yang di gunakan untuk memperoleh informasi dari responden (laporan tentang pribadinya / hal-hal yang ia ketahui).

Penelitian ini menggunakan skala yaitu kepuasan konsumen dengan menggunakan model *likert*. Dalam alat ukur model likert menggunakan pernyataan yang terdiri atas 4 kategori, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).

Tabel 1
Tabel Skor Skala Likert

JAWABAN	SKOR FAVOURABLE	SKOR UNFAVOURABLE
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Pernyataan favourable merupakan pernyataan yang berisi hal-hal yang positif atau mendukung terhadap obyek sikap. Pernyataan unfavourable merupakan pernyataan yang berisi hal-hal yang negatif yakni tidak mendukung atau kontra terhadap obyek sikap yang hendak di ungkap.

Tabel 2
Blue Print Skala Kepuasan Konsumen

No	DIMENSI	INDIKATOR	NO SOAL	JUMLAH	
				F	UF
1	Bukti Fisik (Tangibel)	Fasilitas (loket, kursi, dll) bagus	6,2	3,	1,
		Penampilan petugas baik	5,1	5,	2,
		Media informasi menarik	3,7	6	7
2	Keandalan (Realibility)	Mampu menepati waktu dan janji	4, 10	4,	8,
		Mampu memberikan informasi dengan tepat	22, 23	11,	10,
		Mampu memberikan solusi pada konsumen yang bermasalah	8, 11	23	22
3	Ketanggapan (Responsivenes)	Mampu dalam memberikan pelayanan dengan cepat	9, 13	12,	9,
		Ketepatan dalam pelayanan yang di berikan	20, 21	13,	16,
		Selalu siap sedia membantu konsumen	12, 16	20	21
4	Jaminan (Assurence)	Mampu memberikan rasa aman	14, 17	17, 19,	14,
		Mempu memberikan rasa nyaman	15, 19		15,
		Memiliki pengetahuan luas di bidaangnya	24, 18	24, 28	18,
		Melayani dengan sopan	28, 30		30
5	Empati (Empathy)	Mampu memberikan perhatian secara personal	25, 31	25, 26,	29,
		Memiliki jam operasi yang sama untuk semua konsumen	26, 32	27	31,
		Peka terhadap kebutuhan konsumen	27, 29		32
JUMLAH			32	16	16

1. Validitas dan reliabilitas

A. Uji Validitas

Uji validitas di katakan mempunyai validitas tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurannya atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat (Azwar, 2004). Syarat bahwa item-item tersebut valid adalah nilai korelasi (r hitung harus positif dan lebih besar atau sama dengan r tabel dimana untuk subyek ketentuan $df = N-2$ pada penelitian ini karena $N = 100$, berarti $100-2 = 98$ dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05%, maka di peroleh r tabel = 0,195)

Adapun rumus korelasi product moment dari Pearson's adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - (\sum Y/n)}{\sqrt{[\sum X^2 - (\sum X^2)/n][\sum Y^2 - (Y^2)/n]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

X = Skor Variabel Bebas

Y = Skor Variabel Terikat

Analisis aitem ini Musram menyatakan “Teknik korelasi untuk menentukan validitas aitem inisampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak di gunakan” (Sugiyono, 2008). Selanjutnya dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, Masrum menyatakan (skor total) serta korelasinya yang tinggi, menunjukkan bahwa aitem tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Syarat minimum untuk di anggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,195$. Jadi korelasi anatar butir dengan skor total kurang dari 0,195 maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

1. Skala Kepuasan Konsumen

Setelah aitem di nyatakan siap kemudian di ujikan kepada subyek penelitian yang sebenarnya sebanyak 100 responden. Ada 32 aitem skala kepuasan konsumen yang peneliti susun berdasarkan indicator kepuasan konsumen. Dari 32 item skala kepuasan konsumen, terdapat beberapa aitem yang gugur dan valid dengan taraf signifikansi 0,05% dan di peroleh r tabel 0,195. Adapun kaidah yang di gunakan adalah:

Jika harga corrected item total correlation bertanda positif dan $< r$ tabel, maka item tidak valid.

Jika harga corrected item total correlation bertanda negatif dan $< r$ tabel, maka item tidak valid.

Jika harga corrected item total correlation bertanda negatif dan $> r$ tabel, maka item tidak valid.

Jika harga corrected item total correlation bertanda positif dan $> r$ tabel, maka item valid.

Aitem-aitem skala kepuasan konsumen yang berstatus valid berjumlah 28 aitem dan aitem yang gugur berjumlah 4 aitem dan hasil dapat di sajikan sebagai berikut.

Tabel 3
Uji Validitas

Aitem	Corrected Item Total	R Tabel	Keterangan
Aitem 1	0,402	0,195	Valid
Aitem 2	0,533	0,195	Valid
Aitem3	0,325	0,195	Valid
Aitem4	0,174	0,195	Gugur
Aitem5	0,268	0,195	Valid
Aitem6	0,364	0,195	Valid
Aitem7	-0,114	0,195	Gugur
Aitem8	0,307	0,195	Valid
Aitem9	0,189	0,195	Gugur
Aitem10	0,332	0,195	Valid
Aitem11	0,221	0,195	Valid

Aitem12	0,372	0,195	Valid
Aitem13	0,286	0,195	Valid
Aitem14	0,363	0,195	Valid
Aitem15	0,415	0,195	Valid
Aitem16	0,063	0,195	Gugur
Aitem17	0,372	0,195	Valid
Aitem18	0,484	0,195	Valid
Aitem19	0,356	0,195	Valid
Aitem20	0,497	0,195	Valid
Aitem21	0,365	0,195	Valid
Aitem22	0,474	0,195	Valid
Aitem23	0,525	0,195	Valid
Aitem24	0,53	0,195	Valid
Aitem25	0,658	0,195	Valid
Aitem26	0,487	0,195	Valid
Aitem27	0,65	0,195	Valid
Aitem28	0,521	0,195	Valid
Aitem29	0,446	0,195	Valid
Aitem30	0,507	0,195	Valid
Aitem31	0,62	0,195	Valid
Aitem32	0,504	0,195	Valid

B. Uji Reliabilitas

Menurut Azwar, (2004). Yang mengartikan reliabilitas sebagai keajegan (consistency) hasil dari instrument penelitian tersebut. Dalam aplikasinya, reliabilitas di nyatakan koefisien reiliabilitas ($r_{xx'}$) yang angkanya berada dalam rentang 0 sampai dengan 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitas, sebaliknya koefisien yang semakin rendah mendekati angka 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya.

Kaplan, 2005 (dalam Indria & Nindyati, 2007) menyatakan bahwa dalam penelitian koefisien alat ukur yang di perlukan minimal sebesar 0,7. Karena dalam penelitian ini menggunakan instrument penelitian berupa kuisisioner, maka uji reliabilitas dapat di lakukan dengan menggunakan rumus alpha sebagai berikut (Arikunto, 1998):

$$r_{11} = \frac{K}{(K - 1)} \frac{1 - \sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2}$$

r_{11} = Reliabilitas Instrument

k = Banyaknya Butir Pertanyaan

σ_b^2 σ_y^2 = Jumlah Varians Butir Pertanyaan dan Varians Total

1. Skala Kepuasan Konsumen

Uji reliabilitas alat ukur tiap tiap aitem skala kepuasan konsumen yang valid dari 100 subyek di peroleh harga nilai alpha sebesar = 0,718

Tabel 4
Uji Reliabilitas

Cronbach's alpha	N of items
.718	5

E. Analisis Data

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas atau sebaran bertujuan untuk menegetahui kenormalan sebaran skor variable. Apabila terjadi penyimpangan, seberapa jauh penyimpangan tersebut. Model statistik yang di gunakan untuk uji normalitas adalah Kolmogorov-Smirnof, Shapiro-Wilk dan Lilliefor.

Hasil adalah apakah sebaran normal atau tidak. Kaidah di gunakan adalah jika $P > 0,05$ maka sebaran dapat di katakana normal dan sebaliknya jika $P < 0,05$ maka sebaran dapat di katakana tidak normal.

Tabel 5
Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov ^a				Shapiro-Wilk		
	Statistik	Df	Sig.	Statistik	df	Sig
Kepuasan konsumen	.083	100	.090	.961	100	.005
^a . Lilliefors Significance Correction						

Hasil analisis uji normalitas di atas dapat dilihat dari variabel dependent terlihat taraf signifikansi pada kolom Kolmogorov-Smirnov maupun sebesar $0,090 > 0,05$ dan pada kolom Shapiro-Wilk sebesar $0,005 < 0,05$ artinya bahwa data tersebut pada variabel kepuasan konsumen berdistribusi normal.

2. Teknik Analisis

Analisis data dalam penelitian ini harus diteliti secara bersama-sama, dan metode statistik parametrik atau nonparametrik tidak bisa digunakan karena hanya dapat menganalisis dua variabel (Santoso, 2004). Oleh sebab itu penelitian ini menggunakan statistik *multivariat* dengan teknik analisis faktor (*faktor analysis*) dengan bantuan komputer menggunakan program *Statistical Package Social Science 17.0 (SPSS 17.0) for windows*.