BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek yang di jadikan penelitian oleh penulis dalam penelitian ini adalah Dimensi Kualitas Jasa Layanan (Variabel X) dengan Kepuasan Pelanggan Speedy (Variabel Y) pada Plasa PT. Telkom Setia Budi Bandung.

Penulis melakukan pengamatan langsung pada Plasa PT. Telkom Setia Budi Bandung dan mengadakan komunikasi baik dengan perusahaan maupun dengan pelanggan speedy, wawancara ini di lakukan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang di berikan oleh perusahaan berdampak dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk keperluan penelitian ini di sebarkan kuisioner kepada para pelanggan atau pengguna jasa layanan speedy pada Plasa PT. Telkom Setia Budi Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Menurut **Moh. Nazir (2005:54)** menyatakan bahwa : **“Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.”**

3.2.1 Desain Penelitian

Sesuai dengan tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini, yaitu memperoleh keunggulan deskriptif Dimensi Kualitas jasa Layanan dan dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan, maka jenis penelitiannya adalah deskriptif dan *survey explanatory.*

Menurut **Husein Umar (2002:76)** menyatakan bahwa :

> **"*survey explanatory* yaitu suatu survey yang di gunakan untuk menjelasakan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis survey di lakukan dengan cara menagmbil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data."**

Dalam pelaksanaanya, penelitian ini menggunakan jenis atau bentuk penelitian deskriptif dan verifikatif yang di laksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

1. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang di lakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta – fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian di analisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian deskriptif di gunakan untuk menggambarkan bagaimana Dimensi Kualitas jasa Layanan dan dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Penelitian verifikatif adalah penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini di gunakan untuk menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y yang di teliti. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian hipotesis apakah di terima atau di tolak.

Dalam penelitian ini penulis menetapkan desain penelitian dalam pengertian yang lebih luas, adapun desain penelitian dalam pengertian yang lebih luas, adapun desain penelitiannya mencakup proses – proses sebagai berikut :

1. Identifikasi dan pemilihan masalah dalam penelitian.
2. Memformulasikan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan, luas jangkuan (*scope*), dan hipotesis untuk di uji.

3. Memilih serta membeli definisi terhadap pengukuran variabel – variabel.
4. Menyusun alat serta teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket dan kuisioner.
5. Menganalisis data serta memilih prosedur spesifik untuk mengadakan generalisasi serta informasi yang lebih sedikit.
6. Pelaporan hasil penelitian termasuk proses penelitian dan interprestasi data.

Pada penelitian ini pengujian dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dimensi kualitas jasa layanan dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan speedy.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Sesuai dengan judul penelitian yang di angkat oleh penulis yaitu "Dimensi Kualitas Jasa Layanan dan dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan Speedy." Maka terdapat dua variabel dalam penelitian ini adalah:

- Kualitas Jasa Layanan sebagai variabel X
- Kepuasan Pelanggan Speedy sebagai variabel Y

Tabel 3.1

Operasonalisai Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Sumber	Skala
Kualitas Jasa Layanan (Variabel X) Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. **Fandy Tjiptono (2006:59**)	• Sarana dan prasarana fisik (*Tangible*) • Kehandalan (*Reliability*) • Daya Tangkap (*Responsiveness*) • Jaminan (*Assurance*)	• Tingkat kelengkapan • Tingkat kecepatan • Tingkat ketepatan • Tingkat kemampuan • Tingkat kemampuan • Tingkat kecepatan • Tingkat pengetahuan • Tingkat	Konsumen	Ordinal

	• Perhatian (*Emphaty*)	kesabaran • Tingkat pemahaman • Tingkat kemudahan		
Kepuasan Pelanggan (Variabel Y) Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. **(Kotler-Kiler) (2007-177)**	Kepuasan	• Harapan Konsumen • Kinerja yang Diharapkan Konsumen	Konsumen	Ordinal

3.2.3 Metode Penarikan Sampel

3.2.3.1 Sumber Data

1. Data Primer

   Data primer merupakan data yang diambil secara langsung, data ini diperoleh melalui kegiatan observasi yaitu persamaan langsung di perusahaan yang menjadi objek objek penelitian dan mengadakan wawancara dengan pihak manajemen perusahaan serta penyebaran kuisioner kepada responden.

2. Data Sekunder

   Data sekunder merupakan data yang diambil secara tidak langsung yang merupakan data yang telah di olah perusahaan, yaitu sebagai referensi buku, makalah, materi perkuliahan yang berhubungan dengan objek data baik yang akan di teliti oleh penulis. Untuk memperoleh data skunder, penulis menggunakan teknik pengumpulan data yaitu studi kepustakaan (library Research), penelitian ini dilakuakan dengan cara mempelajari dan menelaah berbagai bacaan, mengutip berbagai pengertian teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti, jurnal dan penelitian-penelitian yang terdahulu.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

1. Populasi

Dalam penelitian ini yang menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan survey, tidaklah selalu perlu meneliti semua individu dalam populasi, karena disamping memakan biaya yang besar juga membutuhkan waktu yang lama. Dengan meneliti sebagian dari populasi, penulis mengharapkan hasil yang diperoleh akan dapat menggambarkan sifat populasi yang bersangkutan.

Menurut **Moh Nazir (2003:271)** menyatakan bahwa : **"Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan."**

Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 62.000 pelanggan yang menggunakan jasa layanan internet speedy pada Plasa PT. Telkom Setia Budi Bandung.

2. Sampel

Pengertian sampel menurut **Moh Nazir (2003:271)** menyatakan bahwa :

"Sampel adalah suatu prosedur dimana hanya sebagian dari populasi saja yang di ambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi."

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampling aksidental. **Menurut Riduan (2003:19)**, sampling aksidental ialah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristiknya, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden).

Dalam menentukan jumlah anggota sampel dari suatu populasi penulis mengambil salah satu pendapat **Slovin** yang di kutip oleh **Husein Umar (2009:78)** dalam bukunya **"Metode Penelitian Sripsi dan Tesis Bisnis"** yang menyatakan bahwa :

$$\text{n} = \frac{N}{1+N\,e^2}$$

di mana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 10%.

Maka n atau jumlah sampel yang di peroleh adalah :

$$n = \frac{62.000}{1+62.000(10\%)^2}$$

$n =$ 99.9983871 (yang di bulatkan menjadi 100)

Sumber : jumlah populasi di ambil dari database Pelanggan Speedy Pada Plasa PT.Telkom

Berdasarkan pernyataan di atas dan adanya keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga maka untuk penelitian ini penulis menggunakan sampel sebanyak 100 orang. Sampel yang di ambil secara random, jumlah sampel yang diperoleh adalah jumlah minimal. **Husein Umar (2002 :133-134)**

3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dengan turun secara langsung untuk meninjau dan meneliti ke perusahaan yang menjadi objek penelitian dengan cara :

a. Observasi

Yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung oleh peneliti terhadap subjek yang diteliti tersebut untuk kelengkapan data dan untuk mendapatkan gambaran mengenai perusahaan sehingga diharapkan data yang diperoleh dapat dipertanggung – jawabkan kebenarannya.

b. Wawancara

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan langsung dengan pihak - pihak yang berkepentingan atau terkait yang dapat memberikan keterangan - keterangan data yang diperlukan.

c. Kuesioner

Yaitu daftar pertanyaan mengenai gambaran umun dari responden serta satu set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan setiap pertanyaan merupakan jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis, guna mendapatkan data-data primer untuk diolah, dianalisis dan ditarik kesimpulan.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku literatur yang mendukung penelitian dan dapat dijadikan landasan teori guna mendapatkan data-data sekunder untuk dijadikan sebagai tinjauan pustaka.

3.2.5 Metode Analisis dan Rancangan Hipotesis

3.2.5.1 Metode Analisis

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengolahan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai scoring sesuai dengan system yang ditetapkan. Scoring dilakukan dengan menggunakan skala likert 5-4-3-2-1. sebelum melakukan pengolahan data, penulis terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas.

3.2.5.1.1 Uji Validitas

Ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah kuesioner, yaitu keharusan sebuah angket untuk validitas dan reliabilitas.

Pengujian validitas menurut **Simamora (2004:172)** yaitu :

"Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukan tingkat kevalidan dan kesasihan suatu instrumen, suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang ingin di ukur, dengan kata lain mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti."

Masrun dalam buku **Sugiyono (2003:124)** menyatakan "Teknik korelasi untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan". Selanjutnya, dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, **Masrun** menyatakan "Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau r = 0,3

Semua item kuesioner yang digunakan mengukur dimensi kualitas jasa layanan dan kepuasan pelanggan speedy, akan diuji validitasnya dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

r = Nilai Korelasi *Pearson*

$\sum X_i$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

$\sum Y_i$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

$\sum X_i Y_i$ = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang Telah Dikuadratkan

$\sum Y^2$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

n = Jumlah responden dalam uji coba instrument.

Dalam proses pengolahan dilakukan dengan menggunakan *software SPSS for Windows* versi 13. Dengan mengacu pada kriteria sebagai berikut:

- Jika r positif, serta r ≥ 0, 30 maka item pertanyaan tersebut valid.
- Jika r negatif atau < 0, 30 maka item pertanyaan tersebut tidak valid.

Tabel 3.2

Tabel Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel X

Variabel	Item Pertanyaan	Validitas		
		Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
X	1	0,652	0,300	Valid
	2	0,619	0,300	Valid
	3	0,493	0,300	Valid
	4	0,565	0,300	Valid
	5	0,561	0,300	Valid
	6	0,513	0,300	Valid
	7	0,547	0,300	Valid
	8	0,540	0,300	Valid
	9	0,511	0,300	Valid
	10	0,659	0,300	Valid

Sumber : Data kuesioner yang telah di olah

Berdasarkan tabel di atas nilai koefisien validitas item pertanyaan menunjukan nilai koefisien diatas nilai titik kritis (0,300). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan penelitian sudah valid dan dapat dipergunakan dalam penelitian lebih lanjut.

Tabel 3.3

Tabel Hasil Uji Validitas Intrumen Penelitian
Variabel Y

Variabel	Item Pertanyaan	Validitas		
		Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Y	1	0,673	0,300	Valid
	2	0,707	0,300	Valid
	3	0,779	0,300	Valid
	4	0,815	0,300	Valid

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien validitas item pertanyaan menunjukkan nilai koefisien diatas nilai titik kritis (0,300). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan penelitian sudah valid dan dapat dipergunakan dalam penelitian lebih lanjut.

3.2.5.1.2 Uji Reliabilitas

Pengertian reliabilitas menurut **Simamora (2004:177)** reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuesioner. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila diuji cobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Pengujian reliabilitas dalam hal ini dilakukan dengan teknik belah dua, dengan langkah kerja sebagai berikut:

1. Membagi pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan menjadi dua, belahan pertama (total ganjil) dan belahan kedua (total genap).

2. Skor untuk masing-masing pertanyaan atau pernyataan pada tiap belahan dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total untuk masing-masing responden.
3. Mengkorelasikan skor total belahan pertama dengan skor total belahan kedua, dengan menggunakan korelasi *pearson.*
4. Mencari reliabilitas untuk keseluruhan pertanyaan atau pernyataan dengan menggunakan rumus *spearman brown*, sebagaimana yang dinyatakan oleh Sugiyono (2004;122) sebagai beikut :

$$r_{xy} = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

r_{xy} = Reliabilitas untuk seluruh instrument.

r_b = Korelasi *product moment* antar belahan ganjil dan belahan genap dari instrumen.

Sekumpulan pernyataan untuk mengukur suatu variabel dikatakan reliabel dan berhasil mengukur variabel-variabel yang kita ukur jika koefisien reliabilitasnya lebih dari sama dengan 0,70.

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika r_i positif, serta $r \geq 0,70$ maka varabel tersebut reliabel.
- Jika r_i negatif, serta $r < 0,70$ maka varabel tersebut tidak reliabel.

Tabel 3.4

Tabel Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Koefisien Realibilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Dimensi Kualitas Jasa Layanan	0,772	0,700	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,764	0,700	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien reriabilitas variabel penelitian menunjukkan nilai koefisien reliabilitas diatas nilai titik kritis (0,700). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian sudah reliabel dan dapat dipergunakan dalam penelitian lebih lanjut.

Setelah data yang diperlukan terkumpul, selanjutnya akan dilakukan pengolahan data dengan menggunakan korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson.* Nilai variabel X diperoleh dengan memberikan skor terhadap jawaban kuesioner mengenai dimensi kualoitas jasa layanan, sedangkan nilai variabel Y diperoleh dari jawaban kuesioner mengenai kepuasan pelanggan.

Berdasarkan rumusan masalah no.1 dan no.2, maka langkah–langkah yang dilakukan untuk mengolah data yang diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh pelanggan Speedy Pada Plasa PT.Telkom Setia Budi Bandung yang dijadikan responden adalah sebagai berikut:

1. Data atau jawaban yang diperoleh dari kuesioner diolah untuk mendapatkan frekuensi presentasenya.
2. Setiap jawaban diberi skor dengan nilai 5-4-3-2-1 untuk tanggapan positif (menggunakan skala Likert). Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2006:86).

Untuk memberikan nilai terhadap jawaban dalam kuesioner dibagi menjadi lima tingkat alternatif jawaban yang disusun bertingkat dengan pemberian bobot nilai (skor) sebagai berikut:

Tabel 3.5

Pembobotan Jawaban Kuesioner

No	Keterangan	Skor (+)
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2006:87)

3. Data yang diperoleh sebagai hasil penyebaran dari kuesioner bersifat ordinal, maka agar analisis dapat dilanjutkan maka skala pengukurannya harus dinaikkan ke skala pengukuran yang lebih tinggi, yaitu skala pengukuran interval agar dapat diolah lebih lanjut. Untuk itu maka digunakan *Method of Succesive Interval* (MSI) Harun Al Rasyid, yang pada dasarnya adalah suatu prosedur untuk menempatkan setiap objek ke dalam interval.

   Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data menurut Harun Al Rasyid adalah:

   a. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).
   b. Menentukan proporsi setiap responden yaitu dengan cara membagi frekunsi dengan jumlah sampel.

c. Menentukan proporsi secara berurutan untuk setiap responden sehingga diperoleh proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran normal baku.

d. Menentukan nilai Z untuk masing-masing proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran normal baku.

e. Menghitung Scale Of Value (SV) untuk masing-masing proporsi responden, dengan rumus:

$$Scale\ Of\ Value = \frac{Densityatlower\lim - densityatupper\lim}{areaunderupper\lim - areaunderlower\lim}$$

Keterangan:

- *Density at lower limit* = Kepadatan Batas Bawah
- *Density at upper lim* = Kepadatan Batas Atas
- *Area under lower limit* = Daerah di Bawah Batas Bawah
- *Area under upper limit* = Daerah di Bawah Batas Atas

f. Mengubah *Scale Of Value*(SV) terkecil menjadi sama dengan satu (1) dan mentrasformasikan masing-masing skala menurut perubahan skala terkecil sehingga diperoleh *Transformed Scale Of Value* (TSV) dengan rumus $Y = SV + \left[1 + \left|SV\ \min\right|\right]$

Pada prinsipnya, menaikkan data dari skala ordinal menjadi data interval merupakan hal yang relatif mudah, namun karena setiap atribut harus dinaikkan satu per satu, maka pekerjaan ini menjadi rumit dan membosankan karena membutuhkan ketelitian dan waktu yang relatif lama. Untuk mengatasi masalah ini, peneliti menggunakan program MSI pada *Ms.Excel* yang digunakan untuk mentransformasikan dari data ordinal menjadi data interval.

3.2.5.1.3 Analisis kualitatif

Yaitu analisis yang mengungkapkan suatu masalah tidak dalam bentuk angka-angka melainkan dengan nilai yang didasarkan pada hasil pengolahan data dan penilaian penulis.

Dalam metode analisis kualitatif dibuat kriteria pengklasifikasian yang mengacu pada ketentuan yang dikemukakan oleh Husein Umar (2002:224) dengan rumus sbb:

$$\text{Rentang Skor} = \frac{Skor\ Tertinggi - Skor\ Terendah}{Jumlah\ Klasifikasi}$$

Skor Tertinggi = Bobot Tertinggi x Julmlah Item x Jumlah Responden

Skor Terendah = Bobot Terendah x Jumlah Item x Jumlah responden

Teknik pengolahan data hasil angket menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai positif adalah 5 sampai dengan 1, pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan baik mengenai kualitas jasa (variabel X) maupun kepuasan pelanggan (variabel Y), karena data ini bersifat ordinal maka selanjutnya nilai-nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk setiap responden.

Jawaban kuesioner yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dan sangan positif dapat dilihat pada tabel sbb :

Tabel 3.6
Penentuan Skor Jawaban Kuesioner

Jawaban	Bobot Nilai Positif	Bobot Nilai Negatif
Sangat Baik	5	1
Baik	4	2
Cukup Baik	3	3
Tidak Baik	2	4
Sangat Tidak Baik	1	5

Sumber : Sugiono (2003:87)

3.2.5.1.4 Analisis kuantitatif

Yaitu analisis yang menginterpretasikan data dalam bentuk angka-angka dan digunakan sebagai alat dalam statistik sehingga memudahkan dalam menaksirkan data mentah yang diperoleh.

Analisis data secara kuantitatif dilakukan dengan menggunakan analisis statistik, yang terdiri dari :

3.2.5.1.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, maka dilakukan analisis statistik dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Menurut Sugiyono (2006:204) analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Hubungan antara dua variabel ini digambarkan dengan sebuah model matematik yang disebut model regresi yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Dimensi Kualitas Jasa Layanan

Adapun formulasi yang digunakan untuk mencari nilai a dan b masing-masing sebagai berikut:

$$a = \frac{\left(\sum y\right)\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum xy\right)}{n\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)^2}$$

$$b = \frac{n\left(\sum xy\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum y\right)}{n\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)^2}$$

Dimana:
a = Koefisien *Intercept*
b = Koefisien Regresi

3.2.5.1.4.2 Analisis Koefisien Korelasi *Product Moment Method* (*Pearson*)

Untuk menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson* (Sugiyono ,2006:182), yaitu:

$$r = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{\sqrt{\left\{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2\right\}\left\{n\sum Y_i^2 - \left(\sum Y_i\right)^2\right\}}}$$

Keterangan:

r = Nilai Korelasi *Pearson*

$\sum X_i$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

$\sum Y_i$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

$\sum X_i Y_i$ = Jumlah dari Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan ⅴariabel X yang Telah Dikuadratkan

$\sum Y^2$ = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang Telah Dikuadratkan

Untuk menginterpretasikan keeratan hubungan, digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel :

Tabel 3.7

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Keeratan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2006:183)

3.2.5.1.4.3 Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar dampak/kontribusi variabel X terhadap variabel Y dapat dicari dengan menggunakan analisis koefisien determinasi dengan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi Pearson

Pedoman bagi interpretasi koefisien determinasi adalah sebagi berikut:

Tabel 3.8

Interpretasi Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Dampak
0% - 4%	Rendah/ lemah sekali
5% - 16%	Rendah tapi pasti
17% - 48%	Cukup kuat
49% - 81%	Kuat
82% - 100%	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2006:108)

3.2.5.2 Rancangan Hipotesis

Berdasarkan hipotesis penelitian, ditentukan dimensi kualitas jasa layanan sebagai variabel independent dan kepuasan pelanggan speedy sebagai variabel dependent. Model yang digunakan untuk untuk menguji hipotesis adalah Koefisien Korelasi Peringkat Spearman (*Rank Spearman Correlation Coefficient*) yang berguna untuk mengetahui kuat tidaknya korelasi antara dua variabel tersebut. Adapun untuk mengetahui apakah Koefisien Korelasi tersebut signifikan atau tidak signifikan di gunakan model statistik uji t yaitu dengan

- Menentukan taraf signifikansi (α)

  Menyatakan tingkat kekeliruan dalam pengujian hipotesis yang dapat ditolelir. Tingkat kesalahan (α) yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 10 % (0,1).

- Derajat Kebebasan (*degree of freedom*)

  df = n-(k+1)

Dimana :

df = *degree of freedom*

n = Jumlah Sampel

k = Variabel Independent

1 = Variabel Dependent

- Untuk menguji signifikansi (tingkat keberartian) variabel x dengan variabel y digunkan statistik uji t dengan rumus :

$$t = r\frac{\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi *pearson*

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

Untuk mendapatkan suatu kesimpulan apabila terdapat signifikan atau tidaknya korelasi antara dimensi kualitas jasa layanan yang diberikan Plasa PT. Telkom Setia Budi Bandung terhadap kepuasan pelanggan speedy maka hasil t (hitung) dibandingkan dengan t (tabel), dengan kriteria sebagai berikut :

- $t_{hitung} < t_{tabel}$ (α, df); maka H_0 diterima dan Ha di tolak, berarti tidak ada hubungan yang positif antara dimensi kualitas jasa layanan dengan kepuasan pelanggan speedy.
- $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (α, df); maka H_0 ditolak dan Ha diterima, jadi terdapat hubungan yang positif antara dimensi kualitas jasa layanan yang dilakukan perusahaan dengan kepuasan pelanggan speedy.

Adapun pengujian hipotesis yang di gunakan adalah pengujian hipotesis satu arah.

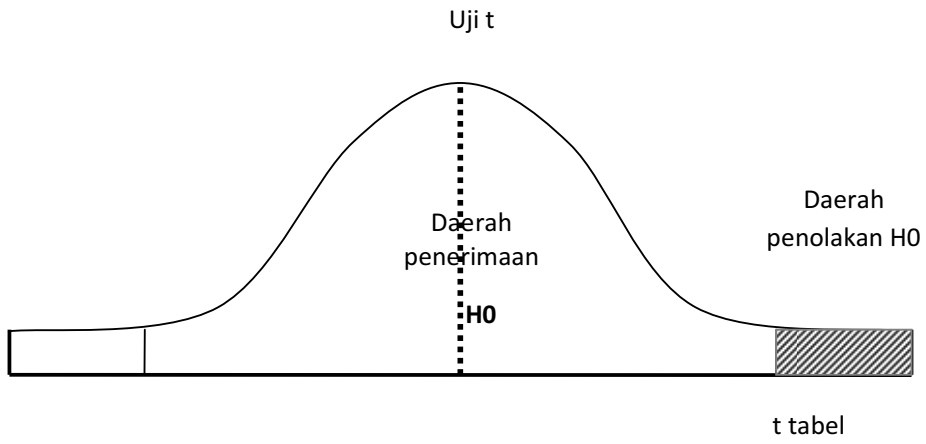
H_0 : r≤ 0 : Artinya dimensi kualitas jasa layanan tidak mempunyai dampak positif terhadap kepuasan pelanggan speedy.

Ha : r> 0 : Artinya dimensi kualitas jasa layanan mempunyai dampak positif terhadap kepuasan pelanggan speedy.

Ketentuan :

- $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (α, df); maka H_0 ditolak dan Ha diterima.
- $t_{hitung} < t_{tabel}$ (α, df); maka H_0 diterima dan Ha di tolak.

Berdasarkan keterangan diatas maka dapat digambarkan kurva yang terlihat pada gambar berikut :



Gambar 3.1

Skema Daerah Penerimaan dan Penolakan H 0