BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:14; 27), obyek yang alamiah adalah obyek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak begitu mempengaruhi dinamika pada obyek tersebut.

Pengumpulan data dilakukan pada obyek tertentu baik yang berbentuk populasi maupun sampel. Bila peneliti ingin membuat generalisasi terhadap temuannya, maka sampel yang diambil harus representatif (mewakili).

Peneliti mengerti bahwa objek penelitian tidak hanya sekedar objek yang seorang peneliti inginkan untuk diteliti, namun objek penelitian adalah objek suatu fenomena yang terjadi dan diamati oleh seorang peneliti, dengan segala sifat, karakter, kondisi dan situasi fenomenanya.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan fenomena mengenai "**Analisis Produk Dan Kualitas Jasa Layanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza Bandung - PT. Radita Autoprima**". Objek penelitian yang diteliti adalah konsumen pembeli suku cadang dan/atau pengguna jasa layanan di Dealer Kaisar Plaza Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian bisnis menurut Sugiyono (2012:5), dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat

ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang bisnis.

Sugiyono (2012:13) menerangkan metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sebagai tambahan, Sugiyono menerangkan bahwa filsafat positivisme memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat.

Menurut Sugiyono (dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini dan Linna Ismawati, 2010:29), metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (dalam Narimawati, 2010:29) ialah memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan.

Berdasarkan fenomena dan teori yang ada, peneliti menggunakan metode deskriptif dan metode verifikatif. Dengan metode ini dapat diketahui bagaimana perkembangan setiap variabel independen dibandingkan dengan teori

yang ada dan berapa besarnya pengaruh variabel independen terhadap dependen, serta besarnya arah hubungan yang terjadi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

Metode deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana perkembangan produk dan kualitas jasa layanan, sedangkan untuk metode verifikatifnya adalah untuk menguji pengaruh produk dan kualitas jasa layanan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian dapat disebut juga sebagai rangkaian prosedur yang harus dilakukan secara bertahap untuk mendapatkan kesimpulan yang valid dan dapat dibuktikan. Dalam hal ini, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif.

Berdasarkan penjelasan Sugiyono (2012:46-49) mengenai proses penelitian kuantitatif, proses dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

1. Masalah/fenomena
2. Rumusan masalah
3. Teori
4. Hipotesis
5. Pengumpulan data
6. Instrumen penelitian
7. Uji validitas dan reliabilitas

8. Analisis data
9. Pembahasan
10. Kesimpulan

Sejauh ini, langkah-langkah yang telah penulis dapatkan dan lakukan dalam penyusunan penelitian adalah sebagai berikut.

1. Masalah/fenomena

   Masalah atau fenomena yang penulis temukan di Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima adalah sebagai berikut.

   a. Konsumen menilai bahwa produk (suku cadang) kurang berkualitas dan harganya tidak sesuai atau relatif mahal.
   b. Produk (suku cadang) kurang beragam dan tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
   c. Jasa layanan servis di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza Bandung kurang berkualitas sehingga dapat merugikan konsumen.

2. Rumusan masalah

   Dari identifikasi masalah di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut.

   a. Bagaimana perkembangan produk di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima.
   b. Bagaimana perkembangan kualitas jasa layanan di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima.

c. Bagaimana pengaruh produk dan kualitas jasa layanan terhadap kepuasan konsumen di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima secara parsial dan simultan.

3. Teori

Dari rumusan masalah di atas, peneliti mencari dan mengutip teori-teori dan menulisnya di bab 2 sebagai teori dasar dan teori pendukung dalam penelitian ini.

4. Hipotesis

Adapun hipotesis sementara dari yang penulis teliti adalah sebagai berikut.

H_1 : Perkembangan produk di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima.

H_2 : Perkembangan kualitas Jasa layanan di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima.

H_3 : Produk dan kualitas jasa layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima secara parsial dan simultan.

Berikut adalah tabel desain penelitian yang penulis lakukan.

Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T – 1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	*Konsumen Dealer Kaisar Plaza*	*Cross Sectional*
T – 2	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	*Konsumen Dealer Kaisar Plaza*	*Cross Sectional*
T – 3	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	*Konsumen Dealer Kaisar Plaza*	*Cross Sectional*

Keterangan :

T – 1 = Perkembangan produk (suku cadang) di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima.

T – 2 = Perkembangan kualitas Jasa Layanan di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima.

T – 3 = Pengaruh produk dan kualitas Jasa Layanan terhadap kepuasan Konsumen di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan teori sebelumnya mengenai produk, kualitas jasa layanan dan kepuasan konsumen, penulis menguraikan ketiga subjek tersebut ke dalam

tabel operasionalisasi variabel dengan menganalisis ukuran dan skala yang mendukung penelitian ini.

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	FORMULA
Produk: segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. (Kotler dan Armstrong, 2008: 266)	• Kinerja produk • Fitur produk • Daya tahan produk • Kualitas produk
Jasa Layanan: kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. (Goetsch dan Davis, dalam Tjiptono dan Chandra, 2011: 164)	• Bukti langsung (fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, sarana komunikasi) • Keandalan • Daya tanggap • Jaminan • Empati
Kepuasan Konsumen: perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. (Kotler, 2009: 138)	• Terpenuhinya kebutuhan konsumen • Loyalitas kepada dealer • Promosi kepada teman atau saudara

Ket: Skala yang dipakai adalah skala ordinal

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2012: 193), sumber data terdiri dari sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan

sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Penulis dalam penelitian ini mendapatkan sumber data primer dari konsumen yang datang ke Dealer Kaisar Plaza – PT. Radita Autoprima, sedangkan data sekunder didapat dari pihak Dealer Kaisar Plaza Bandung.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

a. Populasi

Dalam teknik penentuan data, Sugiyono (2012: 115-116) menerangkan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan, sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Populasi yang diambil adalah jumlah konsumen pada bulan April 2015 yaitu sebanyak 360 konsumen.

b. Sampel

Teknik *sampling* menurut Sugiyono (2012: 116-121) merupakan teknik pengambilan sampel.

Metode penarikan sampel yang digunakan mengacu kepada pendekatan *slovin*, pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan: n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi (360 konsumen)

e = Batas kesalahan yang ditoleransi (10%)

Peneliti menggunakan metode penarikan sampel *slovin* untuk menghitung jumlah sampel, dengan jumlah populasi dari jumlah konsumen Divisi Purna Jual pada bulan April 2015 sebanyak 360 orang, dan batas kesalahan yang ditoleransi sebesar 10%. Berikut adalah perhitungannya:

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

$$n = \frac{360}{1 + (360)(0{,}1^2)}$$

$$n = 78$$

Dengan begitu jumlah populasi yang akan ditarik sampelnya adalah sebanyak 78 sampel.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data (Sugiyono, 2012: 193) dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu, kuesioner guna mendapatkan data primer; dan dokumentasi serta informasi lainnya yang didapat dari tempat penelitian sebagai data sekunder.

Kuesioner diberikan kepada konsumen yang membeli suku cadang dan/atau jasa layanan di Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima.

3.2.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mencari sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Suatu instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau dikatakan mempunyai validitas yang rendah apabila instrumen tersebut tidak relevan dengan fungsi ukurnya.

Untuk menguji instrumen kuesioner, peneliti menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma xy_{-(\sum x)}(\sum y)}{\sqrt{(N\Sigma x^2 - (\sum x)^2(N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^{2)}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

Σxy = Jumlah perkalian antara variabel x dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

N = Banyaknya responden

Dalam mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi dapat digunakan tabel berikut:

Tabel 3.3

Interpretasi Nilai r

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Cukup
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat Rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto, 2006:276

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji t (taraf signifikan 5%). Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n - 2$$

Dimana :

n = ukuran sampel

r = koefisien korelasi pearson

Taraf signifikansi ditentukan 5%. Jika diperoleh hasil korelasi yang lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 0,05 berarti, butir pertanyaan tersebut valid. Apabila koefisien korelasinya > 0,30 maka, pernyataan tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika korelasinya < 0,30 menunjukan bahwa data tersebut tidak valid dan akan disisihkan dari analisis selanjutnya.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Cooper (dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini dan

Linna Ismawati, 2010: 43), reliabilitas adalah :

> *"Reliability is a characteristic of measurenment concerned with accuracy, precision, and consistency".*

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman – Brown Correlation)*, teknik belah dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subjek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap – ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II,
2. Skor untuk masing – masing kelompok dijumlahkan sehingga skor total untuk kelompok I dan kelompok II,
3. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II,
4. Korelasikan skor total kelompok I dan total kelompok II,

$$\frac{2\Gamma_b}{1+\Gamma_b}$$

5. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\Gamma 1 = \frac{2\Gamma_b}{1+\Gamma_b}$$

Dimana :

Γ1 = reliabilitas internal seluruh item

Γb = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Keputusan pengujian reliabilitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan 5% satu sisi adalah:

1. Jika t_{hitung} lebih dari satu atau sama dengan $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% maka instrumen dinyatakan reliable dan dapat digunakan.
2. Jika t_{hitung} kurang dari $t_{0,05}$ dengan taraf signifikan 5% satu sisi maka instrument dinyatakan tidak reliable dan tidak dapat digunakan.

Tabel 3.4
Standar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Kriteria	Reliability	Validity
Good	0,80	0.50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber : Barker et al, 2002:70

Selain valid, alat ukur juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistik, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0.70 maka secara keseluruhan pernyataan dinyatakan andal (*reliable*).

3.2.4.3 Uji MIS

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan pada operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang

terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of successive interval (* Harun Al Rasyid).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Ambil data ordinal hasil kuesioner,
2. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya,
3. Menghitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal,
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal,
5. Menghitung nilai skala dengan rumus Method of Succesive Interval,

$$Means\ of\ Interval = \frac{(Density\ at\ lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(area\ Under\ Upper\ Limit) - (Area\ Under\ Lower\ Limit)}$$

Dimana :

Mean of Interval	: Rata-rata interval
Density at lower limit	: Kepadatan batas bawah
Density at Upper Limit	: Kepadatan batas atas
Area Under Upper Limit	: daerah di bawah batas atas
Area Under Lower Limit	: daerah di bawah batas bawah

6. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus:

Nilai transformasi = Nilai skala + [nilai skala $_{minimum}$] + 1.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif/Kualitatif

Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana perkembangan produk dan kualitas jasa layanan di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasi dalam lima alternatif jawaban yang menggambarkan peringkat jawaban,
b. Dihitung total skor setiap variabel/subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua jawaban responden,
c. Dihitung skor setiap variabel/subvariabel = rata-rata dari total skor,
d. Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakam statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik,
e. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut:

$$\%\ skor\ aktual = \frac{Skor\ aktual}{Skor\ ideal}\ x\ 100\%$$

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atau kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Menurut Umi Narimawati (2007: 85), selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 3.5

Kriteria Persentase Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Tidak Baik
2	36.01% - 52.00%	Kurang Baik
3	52.01% - 68.00%	Cukup
4	68.01% - 84.00%	Baik
5	84.01% - 100%	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati, 2007:84 dalam Buku Panduan Penulisan Skripsi Dan Tugas Akhir

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif/Kuantitatif

Penelitian verifikatis digunakan untuk menggambarkan besaran pengaruh produk dan kualitas jasa layanan terhadap kepuasan konsumen di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima.

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitaif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini peneliti menggunakan *"Method of Successive Interval" (*Hays, 1969: 39 dalam Buku Pedoman Penulisan Skripsi Dan Tugas Akhir).

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel dapat digunakan analisis jalur atau *Path Analysis*.

1) Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat dengan tujuan menerangkan akibat langsung dan akibat tidak langsung seperangkat variabel sebagai variabel penyebab terhadap variabel lainnya yang merupakan variabel akibat.

Menurut Ating Somantri dan Sambas Ali Muhidin (2006:259), analisis jalur (*path analysis*) digunakan apabila secara teori kita yakin berhadapan dengan masalah yang berhubungan sebab akibat. Tujuannya adalah menerangkan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab, terhadap variabel lainnya yang merupakan variabel akibat.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur atau *path analysis* dengan tujuan untuk memastikan adanya pengaruh antara Produk dan Kualitas Jasa Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza – PT. Radita Autoprima.

Tujuan menggunakan *path analysis* diantaranya ialah untuk:

1. Melihat hubungan antar variabel dengan didasarkan pada model apriori.
2. Menerangkan mengapa variabel-variabel berkorelasi dengan menggunakan suatu model yang berurutan secara temporer.
3. Menggambar dan menguji suatu model matematis dengan menggunakan persamaan yang mendasarinya.

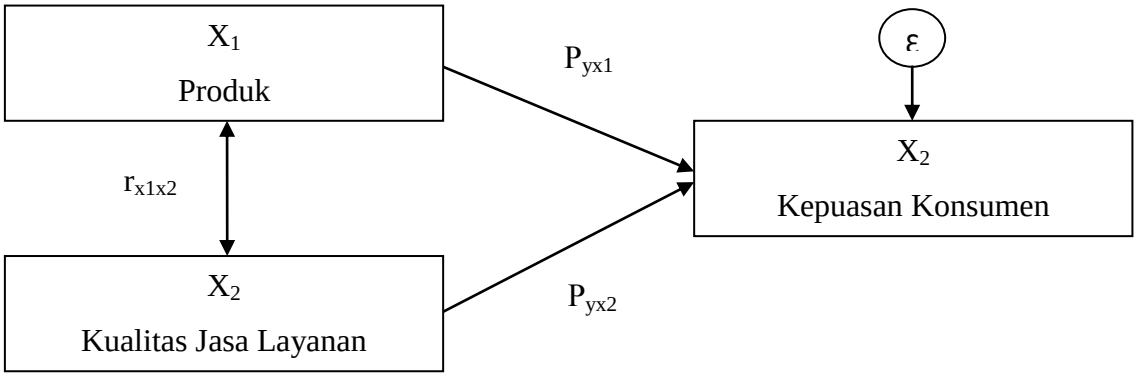
4. Mengidentifikasi jalur penyebab suatu variabel tertentu terhadap variabel lain yang dipengaruhinya.
5. Menghitung besarnya pengaruh satu variabel independen eksogen atau lebih terhadap variabel dependen endogen lainnya.

Pada diagram jalur digunakan dua macam anak panah, yaitu :

a. Anak panah satu arah yang menyatakan pengaruh langsung dari sebuah variabel eksogen (variabel penyebab) terhadap variabel endogen (variabel akibat). Contohnya : X ⟶ Y
b. Anak panah dua arah yang menyatakan hubungan korelasional antara variable eksogen (variabel penyebab). Misalnya : X ⟷ Y

Peneliti menggunakan analisis jalur karena peneliti ingin memastikan apakah ada pengaruh langsung dan tidak langsung antara produk dan kualitas jasa layanan terhadap kepuasan konsumen di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza – PT. Radita Autoprima.

Adapun model analisis jalur sebagai berikut:



Gambar 3.1
Analisis Jalur

Gambar ini melukiskan adanya hubungan antara variabel eksogen yaitu X_1 dan X_2 dengan variabel endogen yaitu Y. Setiap variabel eksogen dan endogen digambarkan dalam bentuk persegi sedangkan *error* (Ɛ) digambarkan dalam bentuk lingkaran. Hubungan antara X_1 dan X_2 menggambarkan hubungan korelasi sedangkan antara X_1 dan X_2 terhadap Y menggambarkan hubungan pengaruh (*causal path*), dan X_1 terhadap Y melalui X_2 dan dari X_2 terhadap Y melalui X_1 disebut pengaruh tidak langsung (*indirect effect*).

2) Koefisien Korelasi

Untuk mencari koefisien korelasi antara variabel X_1 dan Y, Variabel X_2 dan Y, X_1 dan X_2 sebagai berikut:

$$r_{x1x2} = \frac{n(\sum x1x2) - (\sum x1 \sum x2)}{\sqrt{[n(\sum x1x2) - (\sum x1)^2][n(\sum x2^2) - (\sum y)^2]}}$$

Langkah-langkah perhitungan uji statistik dengan menggunakan analisis korelasi dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Koefisien korelasi parsial

Koefisien korelasi parsial antara X_1 terhadap Y, bila X_2 dianggap konstan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{x1y} = \frac{\left(rx_1y - rx_2y\right)\left(rx_1x_2\right)}{\sqrt{\left[1 - rx_1y^2\right]\left[1 - rx_1x_2{}^2\right]}}$$

Koefisien korelasi parsial antara X_2 terhadap Y, apabila X_1 dianggap konstan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{x2y} = \frac{(rx_2y - rx_1y)(rx_1x_2)}{\sqrt{\left[1 - rx_1y^2\right]\left[1 - rx_1{x_2}^2\right]}}$$

Koefisien korelasi antara X_1 terhadap X_2, apabila Y dianggap konstan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{x1x2} = \frac{n(\sum x1x2) - (\sum x1 \sum x2)}{\sqrt{[n(\sum x1x2) - (\sum x1)^2][n(\sum x2^2) - (\sum y)^2]}}$$

b. Koefisien korelasi secara simultan

Koefisien korelasi secara simultan antara X_1 dan X_2 terhadap Y dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{12}y = \sqrt{\frac{{ry_1}^2 + {ry_2}^2 - 2ry_1.ry_2r_{12}}{\left(1 - {r_{12}}^2\right)}}$$

Besarnya koefisien korelasi adalah $-1 \leq r \leq 1$:

1. Apabila (-) berarti terdapat hubungan negatif.
2. Apabila (+) berarti terdapat hubungan positif.

Interpretasi dari nilai koefisien korelasi:

1. Kalau r = -1 atau mendekati -1, maka hubungan antara kedua variabel kuat dan mempunyai hubungan yang berlawanan (jika X naik maka Y turun atau sebaliknya).
2. Kalau r = +1, maka hubungan yang kuat antara variabel X dan Variabel Y dan hubungannya searah.

Sedangkan harga r akan dikonsultasikan dengan table interpretasi nilai r sebagai berikut:

Tabel 3.6

Pedoman untuk Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
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) Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus:

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

Dimana:

KD = Seberapa jauh perubahan variabel Y dipergunakan oleh variable X

r = koefisien korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan sebelumnya, dalam penelitian ini yang akan diuji produk (X_1) dan kualitas jasa layanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Divisi Purna Jual Dealer Kaisar Plaza Bandung – PT. Radita Autoprima dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Pengujian Koefisien Jalur Secara Parsial

Uji-t dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

$$t_i = \frac{P_{yxi}}{\sqrt{\frac{(1-R^2_{y.x1x2}) \times C_{ii}}{(n-k-1)}}}$$

Statistik uji diatas mengikuti distribusi t- dengan derajat bebas n-k-1. Kriteria pengujiannya adalah "Tolak H_0 yang menyatakan bahwa $\rho yx_i = 0$ jika $t_{hitung} > t_{tabel}$".

Setelah dilakukan perhitungan koefisien jalur untuk substruktur kedua, maka selanjutnya dilakukan perhitungan besarnya pengaruh masing-masing variabel X_1 dan X_2 sebagai berikut:

1) Pengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y:

Pengaruh X_1 terhadap Y secara langsung = $P_yX_1 . P_yX_1$ = ...

Pengaruh X_1 terhadap Y melalui X_2 = $P_yX_1 . rx_1x_2 . P_yX_2$ = ... +

Pengaruh Total = ...

Berdasarkan pada nilai pengaruh total diatas, dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel X_1 terhadap variabel Y.

2) Pengaruh variabel X_2 terhadap variabel Y:

Pengaruh X_2 terhadap Y secara langsung = $P_yX_2 . P_yX_2$ = ...

Pengaruh X_2 terhadap Y melalui X_1 = $P_yX_2 . rx_2x_1 . P_yX_1$ = ... +

Pengaruh Total = ...

Berdasarkan pada nilai pengaruh total diatas, dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel X_2 terhadap variabel Y.

b. Pengujian Koefisien Jalur Secara Simultan

Untuk menguji hipotesis berikut:

$H_0 : \rho YX_i = 0$ Produk dan Kualitas Jasa Layanan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

$H_0 : \rho YX_i \neq 0$ Produk dan Kualitas Jasa Layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Dimana i = 1,2

Maka digunakan uji F dengan formula sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{(n-k-1)R^2_{Y(X_1X_2)}}{k(1-R^2_{Y(X_1X_2)})}$$

Statistik uji diatas mengikuti distribusi F- dengan derajat bebas $v_1 = k$ dan $v_2 = n-k-1$. Kriteria pengujiannya adalah "Tolak H_0 yang menyatakan bahwa $\rho yx_1 = \rho yx_2 = 0$, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$".

Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independen yaitu Produk (X_1) dan Kualitas Jasa Layanan (X_2) dengan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y), dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Menggambar daerah penerimaan dan penolakan. Untuk menggambar daerah penerimaan atau penolakan maka digunakan kriteria sebagai berikut:
    a) Hasil t_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan kriteria:
        - Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya antara variabel X dan variabel Y ada pengaruhnya.
        - Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada pengaruhnya.
        - t_{hitung} dicari dengan rumus perhitungan t_{hitung}.
        - t_{tabel} dicari di dalam tabel distribusi t *student* dengan ketentuan sebagai berikut, $\alpha = 0{,}05$ dan dk = $(n - k - 1)$.
    b) Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan kriteria:
        - Tolak ho jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada alpha 5% untuk koefisien positif.
        - Tolak ho jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada alpha 5% untuk koefisien negatif.
        - Tolak h_0 jika nilai F-sign < α 0,05.
2) Menggambar daerah Penerimaan dan Penolakan



Sumber : Sugiyono (2009:185)

Gambar 3.2

Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho

3) Penarikan Kesimpulan

Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan, dan berlaku sebaliknya. Jika t_{hitung} dan F_{hitung} jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka H_0 ditolak (diterima) dan Ha diterima (ditolak). Kesimpulannya, Produk dan Kualitas Jasa Layanan serta pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen diasumsikan signifikan. Tingkat signifikannya yaitu 5% (a = 0,05), artinya jika hipotesis nol ditolak (diterima) dengan taraf kepercayaan 95%, maka kemungkinan bahwa hasil dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 95% dan hal ini menunjukan adanya (tidak adanya) pengaruh yang meyakinkan (signifikan) antara dua variabel tersebut.