

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan manajemen pemasaran untuk menganalisis tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan *ISP Fixed* Indihome di Instagram Indihomecare. Objek penelitian sebagai variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X_1) yang terdiri dari *network quality* (kualitas jaringan), *customer service* (pelayanan pelanggan), *information quality* (kualitas informasi), *security and privacy* (keamanan dan privasi). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan pelanggan (Y) yang terdiri dari *kesesuaian harapan*, *minat berlangganan*, *kesediaan merekomendasikan*.

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan *ISP Fixed* Indihome Indihome di Bandung. Penelitian ini menggunakan *cross sectional* Penelitian ini menggunakan desain *cross sectional* karena pengumpulan data dilakukan hanya sekali dan memakan waktu kurang dari setahun. (Siyoto, 2015). Periode pengumpulan data penelitian dilakukan kurang dari satu tahun.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Melalui penelitian deskriptif maka dapat diperoleh secara terperinci gambaran mengenai pandangan tentang kualitas pelayanan (X_1) yang terdiri dari *network quality* (kualitas jaringan), *customer service* (pelayanan pelanggan), *information quality* (kualitas informasi), *security and privacy* (keamanan dan privasi) dan Kepuasan pelanggan (Y) yang terdiri dari *kesesuaian harapan*, *minat berlangganan*, *kesediaan merekomendasikan* (Lupiyoadi & Putra, 2014) . Pada pelanggan *ISP Fixed* Indihome Indihome di Bandung.

Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk menguji kebenaran ilmu-ilmu yang telah ada, berupa konsep, prinsip, prosedur, dalil,

maupun praktek dari ilmu itu sendiri (Arifin, 2014). Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada pelanggan *ISP Fixed* Indihome Indihome di Instagram Indihomecare.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Metode ini dilakukan melalui pengumpulan informasi menggunakan kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap penelitian.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Cooper & Schindler, 2014). Penelitian ini terdiri dari variabel eksogen kualitas pelayanan (X), serta variabel endogen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Secara lengkap operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.1 Operasional Variabel berikut ini.

TABEL 3. 1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
Kualitas Layanan	Kualitas Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan..					
	<i>Network quality</i>	Suatu titik yang menghubungkan antara satu titik dengan titik lainnya dengan adanya koneksi yang tersedia	<i>Quality and strength of the network signal</i>	Tingkat kualitas dan kekuatan sinyal yang diberikan oleh Indihome.	Interval	1
			<i>Number of errors</i>	Tingkat terjadinya kesalahan pada Indihome.	Interval	2

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
		sehingga dapat melakukan komunikasi antar orang lain untuk menyampaikan suatu informasi. (Waode,2014)	<i>Downloading and uploading speed</i>	Tingkat kecepatan mengunduh dan mengunggah yang diberikan oleh Indihome.	Interval	3
	<i>Customer service</i>	Setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. (Kasmir 2014)	<i>knowledge of customer service officers</i>	Tingkat pengetahuan petugas layanan pelanggan yang diberikan oleh Indihome.	Interval	4
			<i>Convenience handling problem</i>	Tingkat kemudahan penanganan masalah yang diberikan oleh Indihome.	Interval	5
			<i>Accuracy handling problem</i>	Tingkat ketepatan penanganan masalah yang diberikan oleh Indihome.	Interval	6
			<i>Problem solving speed</i>	Tingkat kecepeatan penanganan masalah yang diberikan oleh Indihome.	Interval	7
	<i>Informati on quality</i>	Karakteristik dari output yang disajikan dalam sebuah sistem informasi yaitu meliputi manajemen laporan dan halaman web. (Petter & Mclean,2009)	<i>Sufficient information</i>	Tingkat kecukupan informasi yang diberikan oleh Indihome.	Interval	8
			<i>Up to date information</i>	Tingkat kebaruan informasi yang diberikan oleh Indihome.	Interval	9
			<i>Relevant information</i>	Tingkat relevansi informasi yang	Interval	10

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
				diberikan oleh Indihome.		
	<i>Security and privacy</i>	Perasaan perlindungan dan keamanan pelanggan selama transaksi dan penggunaan mereka (Vlachos & Vrechopoulos, 2008).	<i>Customer data protection</i>	Tingkat keamanan data data pelanggan yang diberikan oleh Indihome.	Interval	11
			<i>Transaction security</i>	Tingkat keamanan transaksi yang diberikan oleh Indihome.	Interval	12
Kepuasan pelanggan	Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan dari produk atau layanan dalam hal apakah produk itu atau layanan itu telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. ((Zeithaml, V. A., M. J. Bitner, 2003).					
	Kesesuaian harapan	Tingkat kesesuaian antara kinerja yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen. (Hawkins & Lonney, n.d)	Kesesuaian produk	Tingkat kesesuaian harapan dengan produk yang diberikan oleh Indihome.	Interval	13
			Kesesuaian pelayanan	Tingkat kesesuaian harapan dengan pelayanan yang diberikan oleh Indihome.	Interval	14
			Kesesuaian fasilitas	Tingkat kesesuaian harapan dengan fasilitas yang diberikan oleh Indihome.	Interval	15
	Minat berlangganan kembali	Kesediaan pelanggan untuk membeli atau berlangganan kembali terhadap perusahaan terkait (Motherbaugh & Hawkins, 2016).	Minat berlangganan karena nilai dan manfaat	Tingkat ketersediaan berlangganan karena nilai dan manfaat produk yang diberikan oleh Indihome	Interval	16
Minat berlangganan karena fasilitas			Tingkat ketersediaan berlangganan karena fasilitas yang diberikan oleh Indihome	Interval	17	

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
	Kesediaan merekomendasikan	Kesediaan untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada teman atau keluarga (Maimunah, 2019)	Minat berlangganan karena pelayanan	Tingkat ketersediaan berlangganan karena pelayanan yang diberikan oleh Indihome	Interval	18
			Kesediaan merekomendasikan karena nilai dan manfaat	Tingkat ketersediaan merekomendasikan karena nilai dan manfaat produk yang diberikan oleh Indihome	Interval	19
			Kesediaan merekomendasikan karena fasilitas	Tingkat ketersediaan merekomendasikan karena fasilitas yang diberikan oleh Indihome	Interval	20
			Kesediaan merekomendasikan karena pelayanan	Tingkat ketersediaan merekomendasikan karena pelayanan yang diberikan oleh Indihome	Interval	21

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu:

1. Data Primer

Menurut (McDaniel & Gates, 2015) menyatakan bahwa data primer adalah data baru yang dikumpulkan untuk membantu memecahkan masalah dalam penyelidikan atau penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui angket yang disebarakan kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran yang dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu melalui survei kepada pelanggan *ISP Fixed* Indihome di Instagram Indihomecare

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan berupa variabel, simbol atau konsep yang dapat mengasumsikan salah satu dari seperangkat nilai (McDaniel & Gates, 2015). Sumber dari data sekunder dalam penelitian ini adalah data literatur, artikel, jurnal, *website*, dan berbagai sumber informasi lainnya. Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam bentuk Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data sebagai berikut.

TABEL 3. 2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis Data	Sumber Data	Jenis Data
1	Jumlah <i>followers</i> Indihomecare	Instagram	Sekunder
2	Hal-hal yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan	Website, Ebook dan Jurnal	Sekunder
3	Tanggapan pelanggan Indihome mengenai kepuasan pelanggan	Pelanggan Indihome	Primer
4	Tanggapan pelanggan Indihome mengenai kualitas pelayanan	Pelanggan Indihome	Primer

Sumber : Pengolahan data, 2022

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis. Dalam pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi. Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah totalitas pelanggan *ISP Fixed* Indihome di Instagram Indihomecare berukuran 254.000.

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk proyek riset atau berpartisipasi dalam suatu studi (Malhotra, 2015). Perhitungan ukuran sampel

merupakan langkah penting dalam perancangan studi untuk menjamin tercapainya tujuan penelitian secara kuantitatif (Harlan, 2017). Masalah pokok dari sampel adalah menjawab pertanyaan, apakah sampel yang diambil benar-benar mewakili populasi. Indikator penting dalam pengujian desain sampel adalah seberapa baik sampel tersebut mewakili karakteristik populasi. Sampel adalah bagian dari populasi (Sekaran & Bougie, 2016b).

Setelah melihat pengertian sampel di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari jumlah populasi pengguna Indihome di Instagram Indihomecare yaitu sebanyak 254.000 pengguna. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel yaitu rumus Issac dan Michael (Sugiyono, 2014) yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya sebagai berikut:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

- s : Ukuran Sampel
- N : Jumlah Populasi
- λ^2 : Nilai tabel *chi-kuadrat* (Tarf kesalahan 95% = 3,841)
- d : Derajat Ketetapan (0,05)
- P : Perluang Benar (0,5)
- Q : Peluang Salah (0,5)

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$s = \frac{(3,841) \cdot (254.000) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,05)^2(254.000 - 1) + (3,841) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$s = \frac{243.903,5}{635,95}$$

$$s = 383,52 \approx 384$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dalam penelitian ini jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah sebanyak 383 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga memungkinkan sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik untuk digeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen

populasi (Sekaran & Bougie, 2016b). Terdapat tipe teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang atau kemungkinan yang diketahui untuk dipilih sebagai sampel. *Probability sampling* dari *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sementara *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota dalam populasi tidak memiliki peluang yang diketahui atau telah ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai sampel. *Nonprobability sampling* terdiri dari *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgement sampling* dan *quota sampling* (Sekaran & Bougie, 2016),

Adapun teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* karena peneliti memerlukan sampel berdistribusi normal. Metode yang digunakan yaitu metode penarikan sampel acak sederhana atau *simple random sampling*, di mana setiap elemen dalam populasi telah diketahui dan memiliki probabilitas seleksi yang setara, setiap elemen dipilih secara independen dari setiap elemen lainnya dan sampel diambil dengan prosedur random dari kerangka *sampling* (Malhotra & Birks, 2013).

Adapun kriteria sampel pada penelitian ini yaitu pelanggan Indihome di Instagram Indihomecare. Jika Memenuhi kriteria tersebut maka akan dijadikan sebagai sampel, apabila tidak maka tidak akan dijadikan sampel. Demikian seterusnya hingga memenuhi jumlah sampel minimal.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Studi literatur

Studi literatur yaitu pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Studi literatur tersebut diperoleh dari

berbagai sumber seperti a) Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), b) Skripsi, Tesis dan Disertasi, c) Jurnal Ekonomi, dan Bisnis, d) Media cetak, e) Media elektronik (internet), f) *Search engine Google Scholar*, g) Portal Jurnal Science Direct, h) Portal Jurnal Researchgate, i) Portal jurnal Emerald Insight dan j) Portal Jurnal Elsevier.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai karakteristik responden, pengalaman responden setelah berlangganan dan pelaksanaan implementasi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kuesioner akan ditujukan kepada sebagian pelanggan *ISP Fixed* Indihome Indihome di Instagram Indihomecare secara *online* melalui *google form* yang dikirim melalui grup media sosial *whatsapp* secara langsung.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Berbagai metode pengumpulan data tidak selalu mudah dan proses pengumpulan data sering kali terjadi adanya pemalsuan data, oleh karena itu, diperlukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Guna menguji layak atau tidaknya instrumen penelitian yang disebarkan kepada responden dilakukan dua tahap pengujian yakni uji validitas dan reliabilitas. Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang valid dan reliabel, sehingga data yang dibutuhkan dalam penelitian harus valid dan reliabel.

Penelitian ini menggunakan data interval yaitu data yang menunjukkan jarak antara satu dengan yang lain dan mempunyai bobot yang sama serta menggunakan skala pengukuran *semantic differential*. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* atau program komputer IBM *Statistical Product for Service Solutions* (SPSS) versi 25.0 for Windows.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

(Sekaran & Bougie, 2016) menjelaskan bahwa validitas adalah tes tentang seberapa baik instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep memang mengukur konsep yang dimaksud. Validitas internal (*internal validity*) atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional

Azwin Burhan Syarif, 2023

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

(teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sementara validitas eksternal (*external validity*), bila kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

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

Sumber: (Sugiyono, 2014)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y
 \bar{X} = Skor yang diperoleh subjek seluruh item

$\sum Y$ = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

- Nilai r dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $dk = n-1$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$
- Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
- Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$
- Pengujian validitas memiliki tujuan agar dapat mengetahui apakah *instrument* yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk menilai apa yang seharusnya dinilai dan terukur. Dalam penelitian ini akan diuji validitas dari *instrument customer experience* sebagai Variabel X dan kepuasan pelanggan sebagai variabel Y.

Dalam penelitian ini akan di uji validitas dari instrumen kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y). Jumlah pertanyaan untuk variabel X yaitu 12 pertanyaan, variabel Y sebanyak 9. Adapun angket yang akan diuji sebanyak 40

responden dengan tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($40-2 = 38$), maka diperoleh rtabel sebesar 0,320.

Hasil pengujian validitas menggunakan program Statistical Product and Service Solutions (SPSS) versi 25.0 yang menunjukkan bahwa item-item pernyataan variabel dalam kuesioner dinyatakan valid karena rhitung lebih besar dari rtabel (0,320), sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur pada penelitian ini. Berikut Tabel 3.3 Hasil Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).

TABEL 3.3
HASIL VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X)

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	ket
<i>Network quality</i>				
1	Kualitas dan kekuatan sinyal yang diberikan oleh Indihome	0,435	0,320	Valid
2	Terjadinya kesalahan pada Indihome.	0,821	0,320	Valid
3	Kecepatan mengunduh dan mengunggah yang diberikan oleh Indihome.	0,630	0,320	Valid
<i>Customer service</i>				
4	Pengetahuan petugas layanan pelanggan yang diberikan oleh Indihome.	0,799	0,320	Valid
5	Kemudahan penanganan masalah yang diberikan oleh Indihome.	0,752	0,320	Valid
6	Ketepatan penanganan masalah yang diberikan oleh Indihome.	0,817	0,320	Valid
7	Kecepatan penanganan masalah yang diberikan oleh Indihome.	0,840	0,320	Valid
<i>Information quality</i>				
8	Kecukupan informasi yang diberikan oleh Indihome.	0,784	0,320	Valid
9	Kebaruan informasi yang diberikan oleh Indihome.	0,879	0,320	Valid
10	Relevansi informasi yang diberikan oleh Indihome.	0,854	0,320	Valid
<i>Security and privacy</i>				
11	keamanan data data pelanggan yang diberikan oleh Indihome	0,793	0,320	Valid
12	keamanan transaksi yang diberikan oleh Indihome.	0,735	0,320	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid dengan ketentuan rhitung > rtabel. Berdasarkan hasil pengujian pada instrumen variabel kualitas pelayanan, nilai tertinggi terdapat pada dimensi *information quality* dengan pernyataan “Kebaruan informasi yang diberikan Indihome” yang nilai rhitung nya 0,879. Sedangkan nilai

terendahnya terdapat pada dimensi *network quality* dengan pernyataan “Kualitas dan kekuatan sinyal yang diberikan oleh Indihome” yang nilai rhitung nya 0,435. Berikut Tabel 3.4 Hasil Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 3. 4

HASIL VALIDITAS VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)

No	Pertanyaan	rhitung	rtabel	ket
Kesesuaian harapan				
1	Kesesuaian harapan dengan produk yang diberikan oleh Indihome	0,869	0,320	Valid
2	Kesesuaian harapan dengan pelayanan yang diberikan oleh Indihome.	0,876	0,320	Valid
3	Kesesuaian harapan dengan fasilitas yang diberikan oleh Indihome.	0,887	0,320	Valid
Minat berlangganan				
4	Ketersediaan berlangganan karena nilai dan manfaat produk yang diberikan oleh Indihome	0,908	0,320	Valid
5	Ketersediaan berlangganan karena fasilitas yang diberikan oleh Indihome	0,910	0,320	Valid
6	Ketersediaan berlangganan karena pelayanan yang diberikan oleh Indihome	0,913	0,320	Valid
Kesediaan merekomendasikan				
7	Ketersediaan merekomendasikan karena nilai dan manfaat produk yang diberikan oleh Indihome	0,889	0,320	Valid
8	Ketersediaan merekomendasikan karena fasilitas yang diberikan oleh Indihome	0,908	0,320	Valid
9	Ketersediaan merekomendasikan karena pelayanan yang diberikan oleh Indihome	0,889	0,320	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid dengan ketentuan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan hasil pengujian pada instrumen variabel kualitas pelayanan, nilai tertinggi terdapat pada dimensi minat berlangganan dengan pernyataan “Ketersediaan berlangganan karena pelayanan yang diberikan oleh Indihome” yang nilai rhitung nya 0,913. Sedangkan nilai terendahnya terdapat pada dimensi Kesesuaian harapan dengan pernyataan “Kesesuaian harapan dengan produk yang diberikan oleh Indihome” yang nilai rhitung nya 0,869.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh yang mana data bebas dari kesalahan sehingga dapat menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dalam seluruh instrumen. Dapat diketahui bahwa reliabilitas adalah indikasi stabilitas dan konsistensi instrumen untuk mengukur konsep dan membantu untuk menilai

kebaikan dari ukuran (Sekaran & Bougie, 2016b). (Malhotra, 2015) mendefinisikan reabilitas sebagai sejauh mana suatu ukuran bebas dari kesalahan acak. Reliabilitas dinilai dengan cara menentukan hubungan antara skor yang diperoleh dari skala administrasi yang berbeda. Jika asosiasi tinggi, maka skala akan menghasilkan hasil yang konsisten sehingga dapat dikatakan reliabel.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan rentan skor antara 1-7 dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right]$$

Sumber: (Sekaran, 2014)

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas Instrumen

k : Banyak butir pertanyaan

$\sum S_b^2$: Jumlah deviasi standar butir

S_t^2 : Deviasi Standar butir

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika koefisien interval sebuah item $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pernyataan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal sebuah item $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pernyataan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan jumlah angket yang akan diuji sebanyak 40 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($40-2 = 38$) maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,320. Hasil pengujian reliabilitas menggunakan program Statistical Product and Service Solutions (SPSS) 25.0 for windows yang menunjukkan bahwa seluruh variabel reliabel karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,320). Hal ini ditunjukkan dalam Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas.

Tabel 3. 5
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Pertanyaan	rhitung	rtabel	ket
1	Kualitas Pelayanan	0,869	0,320	Valid
2	Kepuasan Pelanggan .	0,876	0,320	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

3.2.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan secara statistik untuk melihat apakah hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data (Sekaran & Bougie, 2016). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, di antaranya:

1. Menyusun data, kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang telah terkumpul.
3. Tabulasi data, penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah berikut ini:
 - a. Memasukkan/*input* data ke program Microsoft Office Excel
 - b. Memberi skor pada setiap item
 - c. Menjumlahkan skor pada setiap item
 - d. Menyusun peringkat skor pada setiap variabel penelitian.

Penelitian ini meneliti pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *semantic differential scale* yang biasanya menunjukkan skala tujuh poin dengan atribut bipolar mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden (Sekaran & Bougie, 2016). Data yang diperoleh adalah data interval. Rentang dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 angka. Tanggapan responden yang memberi penilaian pada angka 7, berarti sangat positif, sedangkan bila memberi jawaban angka 1 berarti persepsi responden terhadap pernyataan tersebut sangat negatif. Kategori kriteria dan rentang jawaban dapat terlihat pada Tabel 3.7 Skor Alternatif berikut.

Tabel 3. 6
Skor Alternatif

Alternatif jawaban	Sangat Tinggi/ Sangat Baik/ Sangat Menarik/ Sangat Inovatif/ Sangat Puas/ Sangat Populer	Rentang Jawaban							Sangat Rendah/ Sangat Buruk/ Sangat Tidak Menarik/ Sangat Tidak Inovatif/ Sangat Tidak Puas/ Sangat Tidak Populer
	Negatif	1	2	3	4	5	6	7	Positif

Sumber : Modifikasi dari (Sekaran & Bougie, 2016)

3.2.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Analisis Deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara generalisasi (Sugiyono, 2014). Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi (Sekaran, 2014). Analisis deskriptif digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikansinya. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian melalui beberapa langkah berikut:

1. Skor Ideal

Proses kegiatan penelitian membuat instrumen atau alat yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data seperti angket atau kuesioner. Angket ini berisikan pernyataan yang diajukan kepada responden dalam proses penelitian. Akibat banyaknya pernyataan yang dimuat dalam angket, diperlukan *skoring* untuk memudahkan dalam proses penilaian dan proses analisis data yang telah ditemukan. Sebagaimana dalam *skoring* pada angket harus memenuhi ketentuan. Terdapat rumus untuk mencari hasil skor ideal menurut Sugiyono (2017), sebagai berikut:

Nilai Indeks Maksimum = Skor Ordinal Tertinggi x Jumlah Item Pertanyaan
Setiap Dimensi x Jumlah Responden

Nilai Indeks Minimum = Skor Ordinal Terendah x Jumlah Item Pertanyaan

Setiap Dimensi x Jumlah Responden

Jarak Interval = $[\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}] : \text{Skor Ordinal}$

Presentase Skor = $[(\text{Total Skor}) : \text{Nilai Maksimum}] \times 100$

Hasil perhitungan secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

a = Skor Minimum

b = Jarak Interval

Σ = Jumlah perolehan skor

N = Skor Ideal Teknik Analisis Data Verifikatif

2. Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, sebagai berikut:

- a. Analisis deskriptif Kualitas Pelayanan (X)
- b. Analisis deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y)

Mengategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran presentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas yang ditunjukkan pada Tabel 3.8 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.

TABEL 3. 7
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tindak Seorangan
2	1%-25%	Sebagian Kecil
3	26%-49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51%-75%	Sebagian Besar
6	76%-99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali, (2013)

1.2.7.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul dan dilakukan analisis deskriptif, maka dilakukan analisis berikutnya yaitu analisis data verifikatif. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk menguji kebenaran ilmu-ilmu yang telah ada, berupa konsep, prinsip, prosedur, dalil maupun praktik dari ilmu itu sendiri sehingga tujuan dari penelitian verifikatif dalam penelitian ini untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Arifin, 2014b).

Karena penelitian ini mengkaji dua variabel, maka pendekatan analisis data yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan korelatif adalah teknik analisis regresi linier lugas. Koneksi linier ada antara satu variabel independen dan satu variabel dependen dalam studi regresi linier sederhana. Analisis ini dilakukan untuk menentukan apakah hubungan antara variabel kegunaan yang dirasakan (independen) dan variabel niat kontinuitas (dependen) adalah positif atau negatif, dan untuk memperkirakan nilai variabel jika nilai variabel independen menurun atau meningkat. (Larassita, 2019).

1. Uji Asumsi Klasik terhadap Model Regresi Linear Sederhana

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah data populasi memiliki distribusi normal atau tidak dan dengan demikian dapat digunakan dalam statistik parametrik. Tes normalitas data juga dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu variabel normal atau tidak. Tes

Kolmogorov-Smirnov digunakan dalam penelitian ini untuk menguji metode statistik yang dapat memprediksi kemungkinan bahwa himpunan nilai yang diamati untuk setiap kategori variabel berbeda dari distribusi yang ditentukan, cara dengan membaca interpretasi grafik adalah bahwa data biasanya didistribusikan jika semua titik hamburan yang diperoleh berada di sekitar garis lurus. Tes statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov digunakan dalam pekerjaan ini untuk menguji normalitas sebagai berikut:

H_0 : Data residual terdistribusi normal

H_a : Data residual terdistribusi tidak normal

Apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima.

b. Uji Linieritas

Uji linearitas regresi digunakan untuk menilai linearitas regresi, yaitu, apakah model linier yang diadopsi benar-benar cocok dengan keadaan atau tidak, menurut (Sudjana, 2005). Jika ditemukan sesuai atau linier, tes diulang menggunakan model dasar. Berikut ini adalah kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis penelitian yang disarankan::

1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

2) Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Pada taraf kesalahan 10% dengan derajat kebebasan (dk) pembilang (k-2) dan dk penyebut (n-k) serta pihak kanan secara statistik (Sudjana, 2005), pengujian hipotesis kelinearan yaitu:

$H_0: \beta \leq 0$, artinya produk bundling dengan keputusan penggunaan koefisien arah regresinya tidak linear.

$H_a: \beta > 0$, artinya produk bundling dengan keputusan penggunaan koefisien arah regresinya linear.

c. Diagram Pencar

Diagram pencar, juga dikenal sebagai diagram titik, menggambarkan

sekelompok titik pada garis koordinat tanpa garis penghubung antara setiap titik (Riduwan, 2012). Diagram ini biasanya digunakan untuk menggambarkan titik data korelasi atau regresi dengan tanggapan dan penjelasan. Sebelum menentukan model regresi yang dapat diterima untuk pasangan data, tampilkan data pada susunan sumbu (X,Y), dengan X sebagai absis dan Y sebagai ordinat. Diagram sebar terdiri dari titik-titik yang dihasilkan dari pembuatan bagan tersebut.

Pada diagram pencar, terdapat gambaran secara kasar bahwa pola hubungan variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) adalah pola hubungan linear, maka dapat dijadikan alasan bahwa model hubungan ini adalah model regresi linear sederhana yaitu, $Y = a + bX$

d. Uji Titik Terpencil

Teknik selanjutnya adalah menunjukkan titik-titik terpencil pada diagram sebar menggunakan model diagram sebar yang diakui yang telah menunjukkan pola garis lurus atau linier. Titik yang ditemukan dalam diagram sebar harus diperiksa untuk melihat apakah itu titik jauh atau bukan; jika itu adalah titik jauh, itu harus dihilangkan dari penelitian. Menerbitkan titik jauh pada analisis dengan menggunakan uji outlier dalam analisis regresi menggunakan rumusan hipotesis sebagai berikut::

H_0 : Titik tersebut bukan merupakan titik terpencil

H_1 : Titik tersebut merupakan titik terpencil Dengan menggunakan rumus statistik uji berikut ini:

$$(t = \frac{Y - \hat{Y}}{SY - \hat{Y}})$$

Di mana kriteria yang digunakan dalam uji ini adalah sebagai berikut: $t > t_{n-2}$ Tolak H_0 , artinya titik yang mencurigakan dianggap sebagai titik terpencil dan harus dikeluarkan dari analisis.

$t \leq t_{n-2}$ Terima H_0 , artinya titik yang mencurigakan tidak dianggap sebagai titik terpencil dan tidak perlu dikeluarkan dari analisis.

Setelah terdapat hasil perhitungan dan telah diketahui nilai untuk a dan b , kemudian nilai tersebut di masukan ke dalam persamaan regresi sederhana untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel Y berdasarkan nilai variabel X yang diketahui. Persamaan regresi tersebut bermanfaat untuk meramalkan rata-rata variabel Y dan X diketahui dan memperkirakan rata-rata perubahan variabel Y untuk setiap perubahan X .

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi adalah metode untuk menyelidiki hubungan fungsional antara variabel yang dinyatakan sebagai persamaan dan garis matematika. Variabel dalam interaksi fungsional diklasifikasikan menjadi dua jenis: variabel bebas dan variabel terikat. Ketika nilai-nilai variabel dependen dikombinasikan dengan nilai-nilai variabel independen, persamaan regresi dapat digunakan untuk memperkirakan seberapa tinggi nilai variabel dependen nantinya. Persamaan regresi dasar dapat ditulis sebagai berikut secara umum.:

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

Sumber (Sugiyono, 2002:248)

Keterangan :

\hat{Y} = Nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Konstanta atau bila harga $X = 0$ (harga konstan)

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

X = Nilai variabel independen Dari persamaan diatas perlu dicari koefisien-koefisien regresi a dan b dengan perhitungan :

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Sumber: Susetyo (2010:128)

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan pada nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

3. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinan digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga dalam penelitian ini koefisien determinan digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh X terhadap Y. Sehingga rumus yang digunakan adalah menurut Riduwan (2013), yaitu sebagai berikut:

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

KD = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi (*R square*)

Selanjutnya untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam table. Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%. Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 0% berarti semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada Tabel 3.10 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Pengaruh sebagai berikut:

TABEL 3. 8
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI PENGARUH
(GUILFORD)

Koefisien Korelasi	Klasifikasi
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, 2010)

1.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis secara garis besar diartikan sebagai dugaan atau jawaban sementara terhadap suatu masalah yang akan dibuktikan secara statistik (Sukmadinata, 2012). Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua atau lebih variabel yang dikenal sebagai hipotesis kausal (Priyono, 2016). Pengujian hipotesis adalah sebuah cara pengujian jika pernyataan yang dihasilkan dari kerangka teoritis yang berlaku mengalami pemeriksaan ketat (Sekaran & Bougie, 2016b). Untuk hipotesis ini akan uji t (*t-Test*).

Uji t (*t-Test*) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Sumber : Sugiyono (2017:184)

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus terlebih dahulu nilai dari t_{hitung} dan dibandingkan dengan nilai dari t_{tabel} dengan taraf kesalahan $\alpha = 5\%$ atau $\alpha = 0,05$ dengan derajat dk (n-2) serta uji dua pihak, maka:

Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan (dk) $(n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0 : \beta \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan Indihome di Instagram Indihomecare.

$H_1 : \beta > 0$, artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan Indihome di Instagram Indihomecare.