

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan konsumen. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (X) adalah *service excellence* terdiri dari 1) *Delivering the promise*, 2) *Providing a personal touch*, 3) *Going the extra mile*, 4) *Resolving problems well*. Kemudian objek penelitian yang menjadi variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen terdiri dari 1) *Product And Service Features*, 2) *Perceptions Of Product*, 3) *Service Quality*, 4) *Price*, 5) *Consumers Mood*, 6) *Family Member Opinions*. Objek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah peserta BPJS Kesehatan karyawan badan usaha. Oleh karena itu akan diteliti pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun yaitu pada bulan Desember 2014 sampai Desember 2015, maka penelitian ini menggunakan metode *cross sectional method* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu tidak berkesinambungan dalam jangka panjang Husein Umar (2008:45). Pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu, sehingga penelitian ini merupakan *one-shot* atau *cross sectional* Maholtra (2009:101).

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian yang Digunakan**

Melakukan suatu penelitian diperlukan metode yang tepat untuk mendapatkan hasil terbaik. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai konsep variabel *service excellence* dan kepuasan konsumen peserta badan usaha BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Bandung. Menurut Maholtra (2009:100):

Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama deskripsi dari sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar. Penelitian deskriptif sangat berguna ketika mencari pertanyaan

penelitian yang menggambarkan mengenai fenomena pasar, seperti menentukan frekuensi pembelian, mengidentifikasi hubungan atau membuat prediksi.

Sedangkan penelitian verifikatif dimaksudkan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian verifikatif ini untuk menguji pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan konsumen peserta badan usaha BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Bandung. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif

### 3.2.2 Metode Penelitian yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2012:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan jenis penelitian tersebut yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*.

Maholtra (2010:96), berpendapat bahwa *Explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan kedalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut". *Explanatory survey* dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung ditempat kejadian (empirik) melalui kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap penelitian.

Penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### 3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan kegiatan implementasi dari variabel ke dalam konsep teori dari variabel yang diteliti, indikator, ukuran dan skala yang bertujuan untuk mendefinisikan dan mengukur variabel. Berdasarkan objek peneliti yang telah dikemukakan sebelumnya diketahui bahwa variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah *service excellence* sebagai variabel independent atau

variabel bebas (X). Variabel tersebut dicari bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel dependen atau variabel terikat (Y). Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1.

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/ Subvariabel	Konsep variabel/ subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
<i>Service excellence</i> (X)	“ <i>Service excellence occurs when customers perceive that a service exceeds their previous expectations</i> ” . <i>Service excellence</i> terjadi ketika pelanggan merasa bahwa layanan melebihi harapan mereka sebelumnya. Gouthier <i>et al</i> (2012:447)				
<i>Delivering the promise</i>	<i>Delivering the promise</i> merupakan apa yang dijanjikan, Johnston (2004:131)	Ketepatan janji	Tingkat ketepatan janji yang diberikan	Interva 1	1
		Kesesuaian janji	Tingkat kesesuaian janji	Interva 1	2
		Memenuhi kebutuhan	Tingkat pemenuhan kebutuhan	Interva 1	3
<i>Providing a personal touch</i>	<i>Providing a personal touch</i> merupakan	Perhatian	Tingkat intensitas memberikan perhatian	Interva 1	4
		Empati	Tingkat empati	Interva	5

Rosi Rismayanti, 2016

*Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Konsumen*

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

Variabel/ Subvariabel	Konsep variabel/ subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
	memberikan sentuhan secara pribadi dan tidak impersonal, Johnston (2004:131)	Kontak mata dan senyum	penyedia jasa dengan pelanggan Tingkat intensitas berkomunikasi dengan kontak mata dan senyum	1 Intervall	6
<i>Going the extra mile</i>	<i>Going the extra mile</i> merupakan membuat usaha sedemikian rupa, Johnston (2004:131)	Kejelasan informasi	Tingkat kejelasan dalam memberikan informasi mengenai produk	Intervall	7
		Ketuntasan	Tingkat keberhasilan dalam menuntaskan pelayanan	Intervall	8
		Pelopor	Tingkat kepeloporan dalam memberikan jaminan kesehatan pada semua kalangan	Intervall	9
<i>Resolving problems well</i>	<i>Resolving problems well</i> merupakan berurusan baik dengan masalah dan mengajukan pertanyaan, Johnston (2004:131)	Sarana pemecahkan masalah	Tingkat keberhasilan dalam sarana memecahkan masalah	Intervall	10
		Kecepatan tanggapan	Tingkat kecepatan dalam memberikan tanggapan	Intervall	11
		Penyelesaian masalah	Tingkat kesesuaian dalam menyelesaikan masalah	Intervall	12
Kepuasan konsumen (Y)	<i>“Satisfaction is the consumers fulfillment response. It is</i>				

Variabel/ Subvariabel	Konsep variabel/ subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
	<p><i>a judgement that a product or service feature, or the product or service itself, provides a pleasureable level of consumption related fulfillment".</i></p> <p>Kepuasan konsumen adalah pemenuhan respon. Ini adalah sebuah penilaian bahwa sebuah produk atau layanan fitur, atau produk atau jasa itu sendiri, merupakan tingkat konsumsi yang terkait pemenuhan menyenangkan Zeithaml <i>et al</i> (2013:80)</p>				
<i>Product And Service Features</i>	<i>Product And Service Features</i> adalah	Kelengkapan ( <i>Completeness</i> )	Tingkat kemampuan dalam melengkapi kebutuhan konsumen	Interva 1	13

Variabel/ Subvariabel	Konsep variabel/ subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
	segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar yang dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen, Kotler dan Armstrong (2012:25)	Keistimewaan ( <i>Distinction</i> )	Tingkat pengetahuan keistimewaan produk	Interva 1	14
		Keunikan ( <i>Uniqueness</i> ),	Tingkat keunikan produk	Interva 1	15
		Kesederhanaan ( <i>Simplicity</i> )	Tingkat kemudahan dalam mencari informasi produk	Interva 1	16
<i>Perceptions Of Product</i>	<i>Perceptions Of Product</i> merupakan penilaian konsumen tentang keunggulan keseluruhan produk atau superioritas Tsitsou (214:2006)	Manfaat produk	Tingkat kemanfaatan produk dimata konsumen	Interva 1	17
		Perbandingan keuntungan	Tingkat perbandingan dengan asuransi komersial	Interva 1	18
		Kebutuhan konsumen	Tingkat kebutuhan produk dimata konsumen	Interva 1	19
<i>Service Quality</i>	<i>Service Quality</i> sebuah evaluasi difokuskan yang merefleksika n persepsi pelanggan, Zeithaml <i>et al</i> (2013:79)	Bukti langsung ( <i>Tangibles</i> )	Tingkat kenyamanan ruang tunggu	Interva 1	20
		Empati ( <i>Emphaty</i> )	Tingkat perhatian terhadap peserta	Interva 1	21
		Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Tingkat bersediaan untuk membantu peserta	Interva 1	22
		Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Tingkat keamanan dalam melakukan pembayaran iuran	Interva 1	23
		Kehandalan ( <i>Reability</i> )	Tingkat keandalan	Interva 1	24

Variabel/ Subvariabel	Konsep variabel/ subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
			ketepatan waktu operasional		
<i>Price</i>	<i>Price</i> adalah sejumlah nilai konsumen yang dipertukarkan untuk memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa, Kotler dan Armstrong (2012:25)	Keterjangkauan harga	Tingkat keterjangkauan konsumen dalam membeli/membayar jasa pelayanan	Interval	25
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	Interval	26
		Daya saing harga	Tingkat daya saing harga dengan kompetitor	Interval	27
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Interval	28
<i>Consumers Mood</i>	<i>Cutomers emotions</i> merupakan hal dapat mempengaruhi persepsi mereka kepuasan terhadap produk dan jasa Zeithaml <i>et al</i> (2013:81)	Kesenangan	Tingkat kesenangan setelah menerima pelayanan	Interval	29
		Mengajak orang lain	Tingkat mempengaruhi mengajak orang lain	Interval	30
<i>Family Member Opinions</i>	<i>Family Member Opinions</i> merupakan produk dan jasa dan fitur yang memiliki keyakinan dan perasaan,	Inisiator	Tingkat keberpengaruhan inspirasi	Interval	31
		Pemberi pengaruh	Tingkat keberpengaruhan keluarga dalam membeli produk	Interval	32
		Penyaring informasi	Tingkat keberpengaruhan dalam	Interval	33

Variabel/ Subvariabel	Konsep variabel/ subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
	kepuasan pelanggan atau konsumen ini sering dengan orang lain. Zeithaml <i>et al</i> (2013:81)		memberikan informasi		
		Pengambilan keputusan	Tingkat keberpengaruhannya dalam pengambilan keputusan	Interval	34
		Pembeli	Tingkat keberpengaruhannya dalam melakukan pembelian	Interval	35
		Pengguna	Tingkat keberpengaruhannya dalam menggunakan produk	Interval	36

Sumber : Berdasarkan hasil pengolahan data 2016

### 3.2.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data merupakan informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh Suharsimi Arikunto (2010:129). Berdasarkan jenis dan sumbernya dibedakan menjadi dua yaitu primer dan sekunder. Maholtra (2009:120-121) mengungkapkan definisi-definisi data primer dan sekunder, antara lain:

- a. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah kuisisioner yang disebar kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran yang dianggap dapat mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu melalui survei pada peserta badan usaha BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Bandung
- b. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat serta tidak mahal. Dalam penelitian ini yang



menjadi sumber data literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang digunakan.

Untuk penelitian primer dapat diperoleh melalui hasil penelitian secara empirik melalui penyebaran kuisisioner kepada peserta badan usaha BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Bandung sebagai responden. Sedangkan sumber data sekunder diantaranya diperoleh dari jurnal-jurnal ilmiah, artikel majalah, internet dan berbagai sumber informasi lainnya. Untuk mengetahui jenis dan sumber data yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut:

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No.	Data	Kategori Data	Sumber Data
1.	Indeks kepuasan PT ASKES hingga berubah menjadi BPJS kesehatan 2010-2014	Sekunder	<a href="http://wartaekonomi.co.id">http://wartaekonomi.co.id</a> dan <a href="http://www.jamsosindonesia.com">http://www.jamsosindonesia.com</a>
2.	<b>Kepesertaan Kantor Cabang Utama BPJS Kesehatan Eks Jamsostek Jawa Barat Pencapaian Pelayanan Pencetakan Kartu Peserta Badan Usaha KCU BPJS Kesehatan Bandung Januari-Desember 2014</b>	Primer	<b>BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Bandung</b>
3.	<b>Keluhan Pelayanan Kartu Peserta Badan Usaha BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Bandung Januari-Desember 2014</b>	Primer	<b>BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Bandung</b>
4.	<b>Pra penelitian kepuasan peserta bpjs kesehatan Kantor cabang utama bandung</b>	Primer	<b>BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Bandung</b>
5.	<b>Hasil Pra Penelitian</b>	Primer	<b>Peserta BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Bandung</b>

Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data Tahun 2014

## **3.2.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel**

### **3.2.5.1 Populasi**

Kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting yang harus dilakukan untuk mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan untuk mengambil keputusan untuk menguji hipotesis. Menurut Umar (2008:137) “Populasi adalah kumpulan elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Selanjutnya, menurut Maholtra (2009:369) mengemukakan bahwa:

Suatu populasi adalah total dari semua elemen yang berbagi beberapa seperangkat karakteristik. Setiap proyek riset pemasaran memiliki populasi yang didefinisikan unik untuk dijelaskan dalam istilah parameter. Tujuan dari proyek riset pemasaran yang paling adalah untuk mendapatkan informasi tentang karakteristik atau parameter dari suatu populasi.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai Populasi yang menjadi sasaran penelitiannya. Populasi sasaran merupakan populasi yang menjadikan cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan. Berdasarkan pengertian populasi, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah peserta BPJS Kesehatan KCU Kota Bandung khusus badan usaha berukuran 1.481.

### **3.2.5.2 Sampel**

Menurut Arikunto (2010:131) mendefinisikan bahwa “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang teliti”. Memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Dalam penelitian ini tidak mungkin semua populasi dapat diteliti, hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, diantaranya keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga, dan waktu yang tersedia. Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Menentukan jumlah sampel digunakan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, digunakan rumus Slovin Husein Umar (2008:141), yakni ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan presentasi kelonggaran ketidaktelitian, karena dalam pengambilan sampel dapat ditolelir atau diinginkan. Dalam pengambilan sampel ini digunakan taraf kesalahan sebesar 10%. Adapun rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi 1.481

e = persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir = 10%

Jadi,

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{1.481}{15,81} = 93,67 \text{ dibulatkan menjadi } 94 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 94 responden. Berdasarkan perhitungan diatas, maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan  $\alpha = 0,10$  maka diperoleh ukuran sampel minimal sebesar 94. Menurut Winarmo Surakhmad (1998:100) bahwa “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”. Sebagai keperluan penelitian peneliti menambahkan 6 sampel menjadi 100 peserta.

### 3.2.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Menurut Arikunto (2010:111) menyatakan bahwa teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Rosi Rismayanti, 2016

*Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Konsumen*

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

Menurut Maholtra (2009:375) “Sebuah teknik sampling dapat diklasifikasikan yaitu terdiri dari non probabilitas dan probabilitas. Sampel probability merupakan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel sedangkan sampel *nonprobability* kebalikan dari probability dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Sampel probability memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu *Simple Random Sampling*, *Systematic Sampling*, *Stratification Sampling* dan *Cluster Sampling*. Sedangkan sampel *nonprobability* memiliki tiga jenis teknik penarikan yaitu *Convenience Sampling*, *Purposive Sampling*, *Snowball Sampling*. Setelah memperoleh data dari responden yang merupakan populasi penelitian, penulis mengambil sampel berdasarkan teknik *stratification sampling*, teknik ini digunakan karena populasinya tidak homogen, mengacu pada pendapat Sugiyono (2011:82) “*Proportionate Stratified Random Sampling* digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional”. Strata yang dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu terdapat dua jenis perusahaan yaitu PT (perseroan terbatas) dan CV (perseroan komanditer). Roscoe dalam Sugiyono (2010:131) memberikan pedoman penentuan jumlah sampel diantara 30 s/d 500 elemen. Jika sampel dipecah lagi dalam subsampel, jumlah minimum subsampel harus 30. Dalam pengambilan sampel ini digunakan taraf kesalahan sebesar 10%. Adapun rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi 1.481

e = persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir = 10%

Jadi,

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{1.481}{15,81} = 93,67 \text{ dibulatkan menjadi } 94 \text{ responden dibulatkan menjadi } 100$$

Jumlah anggota sampel bertingkat (berstrata) dilakukan dengan cara pengambilan sampel secara *proportional random sampling* yaitu menggunakan rumus alokasi proportional:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$$

Dimana :

$n_i$  = jumlah anggota sampel menurut stratum

$n$  = jumlah anggota sampel seluruhnya

$N_i$  = jumlah anggota populasi menurut stratum

$N$  = jumlah anggota populasi seluruhnya

Maka jumlah anggota sampel berdasarkan jenis perusahaan adalah:

$$\text{Perusahaan PT} = \frac{448}{1.481} \cdot 100 = 31$$

$$\text{Perusahaan CV} = \frac{1033}{1.481} \cdot 100 = 69$$

### 3.2.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang lengkap, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian sebagai berikut :

1. Studi kepustakaan, yaitu suatu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, situs *website*, dan majalah untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari *service excellence* dan kepuasan konsumen.
2. Kuisisioner dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan secara *offline* kepada peserta badan usaha BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Bandung. Dalam kuisisioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator pada variable *service excellence* dan kepuasan konsumen. Kemudian memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban

yang tepat. Kuisisioner yang disebar oleh peneliti di sebar secara umum kepada konsumen.

Langkah-langkah penyusunan kuisisioner adalah sebagai berikut:

- a) Menyusun kisi-kisi angket atau daftar pertanyaan
  - b) Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawaban. Jenis instrumen yang digunakan dalam angket merupakan instrumen yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat alat tulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.
  - c) Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pertanyaan diberi nilai dengan skala interval
3. Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari *service excellence* dan kepuasan konsumen.
  4. Wawancara  
Wawancara yaitu dengan melakukan pertanyaan secara lisan dalam pertemuan tatap muka langsung terhadap individu atau kelompok atau komunitas yang sedang diteliti, dalam hal ini wawancara dibedakan menjadi dua macam yaitu:
    - a. Wawancara terstruktur, yang digunakan apabila telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang diperoleh.
    - b. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap dengan pengumpulan datanya.  
Wawancara digunakan sebagai teknik komunikasi secara langsung, wawancara dilakukan kepada pelanggan.

### 3.2.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Peran data dalam suatu penelitian merupakan hal yang penting, karena data merupakan gambaran dari suatu variabel yang diteliti serta berfungsi

membentuk hipotesis. Benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Kebenaran data dapat dilihat dari instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu *valid* dan *reliabel*. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 21.0 for windows).

### 3.2.7.1 Pengujian Validitas

Penelitian mengenai pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan konsumen peserta badan usaha BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Bandung dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel *service excellence* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel kepuasan konsumen (Y), dengan menafsirkan data yang terkumpul dari responden melalui kuisioner.

Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuisioner yang valid dan mana yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \text{ Sugiyono (2013: 248)}$$

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- Y = Skor Total
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam distribusi X
- $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam distribusi Y
- n = Banyak responden

“Selanjutnya, nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel menggunakan derajat bebas (n-2). Jika nilai r hasil perhitungan lebih besar daripada r dalam tabel pada alfa tertentu maka berarti signifikan sehingga disimpulkan bahwa butir pertanyaan atau pernyataan itu valid.” Anwar Sanusi (2013:77)

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil atau sama dengan  $r_{tabel}$  atau  $r \leq r_{tabel}$

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan *software microsoft excel* dan *SPSS (Statistical Product for Service Solution) 21.0 for windows*. Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.3 sebagai berikut.

**TABEL 3.3**  
**INTERPRETASI BESARNYA KOEFESIEN KORELASI**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
Antara 0,700 – 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 – 0,500	Tinggi
Antara 0,500 – 0,400	Agak Tinggi
Antara 0,400 – 0,300	Sedang
Antara 0,300 – 0,200	Agak Tidak Tinggi
Antara 0,200 – 0,100	Tidak Tinggi
Antara 0,100 – 0,000	Sangat Tidak Tinggi

Sumber: Suharsimi Arikunto (2010:245)

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *service excellence* sebagai variabel X dan kepuasan konsumen sebagai variabel Y.

Dari penelitian yang akan diuji adalah validitas dari *service excellence* sebagai variabel X, kepuasan konsumen sebagai variabel Y. Jumlah item pertanyaan untuk variabel X yaitu 12 item, sedangkan untuk item pertanyaan variabel Y berjumlah 24 item. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.4 dan Tabel 3.5 berikut:

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL X (*SERVICE EXCELLENCE*)**

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
----	------------	--------------	-------------	------------



No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b><i>Delivering The Promise</i></b>				
1	BPJS Kesehatan menepati janji	0,781	0,250	Valid
2	Janji yang dikatakan BPJS Kesehatan sesuai dengan kenyataan	0,847	0,250	Valid
3	BPJS memenuhi apa yang anda inginkan	0,765	0,250	Valid
<b><i>Providing A Personal Touch</i></b>				
4	BPJS Kesehatan memberikan anda perhatian	0,736	0,250	Valid
5	BPJS Kesehatan memiliki rasa empati terhadap anda	0,715	0,250	Valid
6	BPJS Kesehatan melakukan kontak mata dan tersenyum saat melayani anda	0,626	0,250	Valid
<b><i>Going The Extra Mile</i></b>				
7	BPJS Kesehatan memberikan informasi dengan jelas dalam melayani pelayanan pembuatan kartu	0,554	0,250	Valid
8	BPJS Kesehatan melayani anda hingga selesai (tuntas) dalam melayani pelayanan pembuatan kartu	0,495	0,250	Valid
9	BPJS Kesehatan pelopor pelayanan kesehatan bagi semua kalangan	0,710	0,250	Valid
<b><i>Resolving Problems Well</i></b>				
10	BPJS Kesehatan merupakan sarana dan prasarana pemecahan masalah kesehatan	0,681	0,250	Valid
11	BPJS Kesehatan cepat tanggap dalam melayani pelayanan pembuatan kartu	0,580	0,250	Valid
12	BPJS Kesehatan menyelesaikan masalah kesehatan anda	0,658	0,250	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016

Berdasarkan kuisioner pada Tabel 3.4 yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat bebas (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,250, dari Tabel 3.3 hasil pengujian validitas diketahui bahwa seluruh pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden dinyatakan valid karena telah memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

Tabel 3.4 pada instrumen variabel *service excellence* dapat diketahui bahwa nilai tertinggi pada dimensi *delivering the promise* yaitu pada kesesuaian janji yang bernilai 0,847, sehingga ditafsirkan memiliki indeks korelasi yang sangat tinggi. Nilai terendah terdapat pada dimensi *going the extra mile* yaitu pada ketuntasan pelayanan dengan item pernyataan yang bernilai 0,495, sehingga dapat ditafsirkan indeks korelasinya agak tinggi.

Rosi Rismayanti, 2016

*Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Konsumen*

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

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL Y (KEPUASAN KONSUMEN)**

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b><i>Product And Service Features</i></b>				
1	Pembuatan Kartu BPJS Kesehatan memiliki kelengkapan sarana dan prasarana	0,802	0,250	Valid
2	Kartu BPJS Kesehatan memiliki keistimewaan	0,831	0,250	Valid
3	Kartu BPJS Kesehatan memiliki keunikan	0,741	0,250	Valid
4	Informasi mengenai pembuatan kartu BPJS Kesehatan mudah dicari	0,576	0,250	Valid
<b><i>Perceptions Of Product</i></b>				
5	Kartu BPJS Kesehatan bermanfaat bagi anda	0,720	0,250	Valid
6	Kartu BPJS Kesehatan memiliki kelebihan dibandingkan dengan asuransi kesehatan lain	0,587	0,250	Valid
7	Kartu BPJS Kesehatan merupakan kebutuhan anda	0,642	0,250	Valid
<b><i>Service Quality</i></b>				
8	Ruang tunggu pembuatan karu BPJS Kesehatan nyaman bagi anda	0,593	0,250	Valid
9	Karyawan BPJS Kesehatan menangani keluhan anda dalam melayani pelayanan pembuatan kartu	0,586	0,250	Valid
10	Karyawan BPJS Kesehatan bersedia melayani anda dengan baik dalam melayani pelayanan pembuatan kartu	0,589	0,250	Valid
11	Karyawan BPJS Kesehatan bersikap sopan dalam melayani pelayanan pembuatan kartu	0,658	0,250	Valid
12	Ketepatan jam operasional dilakukan BPJS Kesehatan dalam melayani pelayanan pembuatan kartu	0,716	0,250	Valid
<b><i>Price</i></b>				
13	Harga/tarif kartu BPJS Kesehatan terjangkau	0,680	0,250	Valid
14	Harga/tarif kartu BPJS Kesehatan sesuai dengan kualitas yang dirasakan	0,831	0,250	Valid
15	Harga/tarif kartu BPJS Kesehatan lebih murah dibandingkan pesaing	0,897	0,250	Valid
16	Harga/tarif kartu BPJS Kesehatan sesuai dengan manfaat yang dirasakan	0,810	0,250	Valid
<b><i>Consumers Mood</i></b>				
17	Anda senang dilayani saat pembuatan kartu BPJS Kesehatan	0,711	0,250	Valid
18	Anda akan mengajak orang lain untuk menjadi peserta kartu BPJS Kesehatan	0,525	0,250	Valid
<b><i>Family Member Opinions</i></b>				
19	Pendapat anggota keluarga merupakan pemberi inspirasi pertama kali saat anda menjadi peserta BPJS Kesehatan	0,664	0,250	Valid

20	Pendapat anggota keluarga berpengaruh positif saat mencari informasi mengenai BPJS Kesehatan	0,850	0,250	Valid
21	Pendapat anggota keluarga memberikan anda informasi mengenai pembuatan kartu BPJS Kesehatan	0,789	0,250	Valid
22	Anda mengikuti keputusan pendapat anggota keluarga saat menjadi peserta BPJS Kesehatan	0,726	0,250	Valid
23	Pendapat anggota keluarga mempengaruhi anda untuk menjadi peserta BPJS Kesehatan	0,762	0,250	Valid
24	Pendapat anggota keluarga mempengaruhi anda dalam tata cara penggunaan kartu BPJS Kesehatan	0,712	0,250	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016

Berdasarkan kuisioner pada Tabel 3.5 yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 10% dan derajat bebas (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 0,250, dari Tabel 3.5 hasil pengujian validitas diketahui bahwa seluruh pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden dinyatakan valid karena telah memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

Tabel 3.5 pada instrumen variabel kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa nilai tertinggi pada dimensi *price* yaitu pada perbandingan harga/tarif kartu BPJS Kesehatan lebih murah dengan pesaing yang bernilai 0,897, sehingga ditafsirkan memiliki indeks korelasi yang sangat tinggi. Nilai terendah terdapat pada dimensi *consumers mood* yaitu pada mengajak kepada orang lain dengan item pernyataan yang bernilai 0,525, sehingga dapat ditafsirkan indeks korelasinya tinggi.

### 3.2.7.2 Pengujian Reliabilitas

Penelitian ini mengenai pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan konsumen dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel *service excellence* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel kepuasan konsumen (Y), dengan menafsirkan data yang terkumpul dari responden melalui kuisioner.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat

pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya dan reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Menurut Maholtra (2009:317) Reliabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama. Sedangkan menurut Sugiyono (2013:183) Reliabilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten. Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya juga. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan *internal consistency* dengan teknik belah dua (*split half*) yaitu dilakukan dengan jalan membelah dua skor masing-masing jumlah item, yang dianalisis dengan rumus *Spearman Brown*, yaitu :

$$r_1 = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

Sugiyono (2012:131)

Keterangan :

$r_1$  = Reliabilitas internal seluruh instrumen

$r_b$  = Korelasi *Product moment* antara belahan pertama dan kedua

Pengujian reliabilitas tersebut menurut Sugiyono (2012:190) dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan genap.
2. Skor data dari tiap kelompok disusun sendiri dan kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_i$ ) >  $r_{tabel}$  dengan signifikansi 10% dan derajat kebebasan ( $dk=n-2$ ) maka item pertanyaan dikatakan reliabel
2. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_i$ )  $\leq$   $r_{tabel}$  dengan signifikansi 10% dan derajat kebebasan ( $dk=n-2$ ) maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for windows*, dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , sehingga keseluruhan variabel dikatakan reliabel.

Berikut Tabel 3.6 menunjukkan hasil perhitungan reliabilitas pada variabel *service excellence* dan variabel kepuasan konsumen.

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No.	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	<i>Service Excellence</i>	0,951	0,250	Reliabel
2.	Kepuasan Konsumen	0,955	0,250	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016

### 3.2.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dan verifikatif. Teknik analisis deskriptif yaitu untuk variabel yang bersifat kualitatif, dan verifikatif untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistika. Tujuan dari pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengukur penelitian. Kuesioner disusun berdasarkan variabel yang ada dalam penelitian. Kemudian selanjutnya analisis data dapat dilakukan setelah kuesioner seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data terkumpul

3. Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Memberi skor pada setiap item

Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan konsumen. Pernyataan yang diajukan dalam angket terdiri dari 7 alternatif jawaban yang harus dipilih oleh responden dengan jenis item

pernyataan berupa pernyataan positif. Rentang dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 angka seperti pada Tabel 3.7 berikut.

**TABEL 3.7**  
**SKOR ALTERNATIF JAWABAN**

Alternatif Jawaban	Sangat setuju	Rentang Jawaban							Sangat tidak setuju
		7	6	5	4	3	2	1	
<b>Positif</b>		<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	

Sumber: Modifikasi dari Hermawan (2009:135)

#### 4. Pengujian

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode verifikatif, maka dilakukan analisis regresi linear sederhana. Dalam hal ini analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

##### 3.2.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dipergunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikasinya, penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

- Analisis Deskriptif Variabel X (*Service Excellence*)
- Analisis Deskriptif Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disaapabilan pada Tabel 3.8 sebagai berikut

**TABEL 3.8**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Muhammad Ali (1985:184)

### 3.2.8.2 Analisis Data Verifikatif Menggunakan Regresi Linear Sederhana

Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan korelatif dalam penelitian ini yaitu menggunakan regresi linier sederhana. Analisis ini digunakan karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel. Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan konsumen yaitu menggunakan analisis regresi linear sederhana karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel yaitu variabel bebas, yaitu *service excellence* dan variabel terikat, yaitu kepuasan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Analisis ini digunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan konsumen.

Regresi adalah suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil Riduwan dan Kuncoro (2011:83). Regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel bebas yaitu *service excellence* dan satu variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Analisis regresi linear sederhana dapat dilakukan jika memenuhi asumsi dan persyaratan analisis, selain data harus berskala interval, data juga harus berdistribusi normal, berpola linear dan data yang dihubungkan mempunyai pasangan yang sama sesuai dengan subjek yang sama Riduwan dan Kuncoro (2011:84).

#### 1. Asumsi Analisis Regresi Sederhana

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS

(*Statistical Product and Service Solution 21.0*). Untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak digunakan dengan cara membaca interpretasi grafik yaitu data berdistribusi normal jika semua pencaran titik yang diperoleh berada disekitar garis lurus. Untuk menguji normalitas data dengan SPSS, maka lakukan langkah berikut:

1. *Entry* data atau buka *file* data yang akan dianalisis
2. Pilih menu berikut ini, *Analyze, Descriptive Statistics, Explore*. Misalnya, Kolmogrov-Simirnov. Hipotesis yang diuji:

$H_0$ : Sampel berasal dari populasi berdistribusi normal

$H_1$ : Sampel tidak berasal dari populasi berdistribusi normal

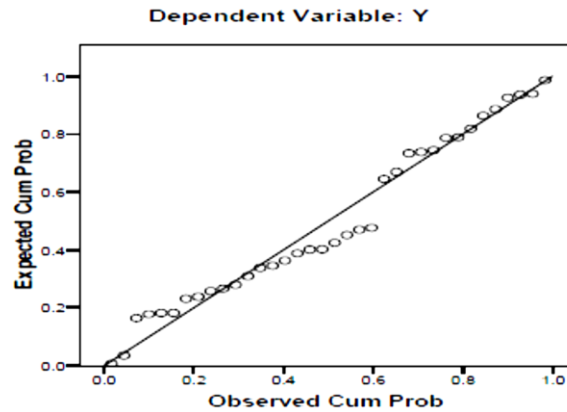
Hasil output uji normalitas tersebut menjelaskan bahwa titik-titik akan tersebar disekitar garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua populasi berdistribusi normal. Untuk menetapkan kenormalan, kriteria yang berlaku adalah sebagai berikut:

1. tetapkan taraf signifikansi uji  $\alpha = 0,10$
2. Bandingkan  $\alpha$  dengan taraf signifikansi yang diperoleh.
3. Jika signifikansi yang diperoleh  $> \alpha$ , maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal
4. Jika signifikansi yang diperoleh  $\leq \alpha$ , maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal

Berikut Gambar 3.1 memperlihatkan *normal probability plot* yang digunakan untuk mendeteksi apakah data yang akan digunakan berdistribusi normal atau tidak.



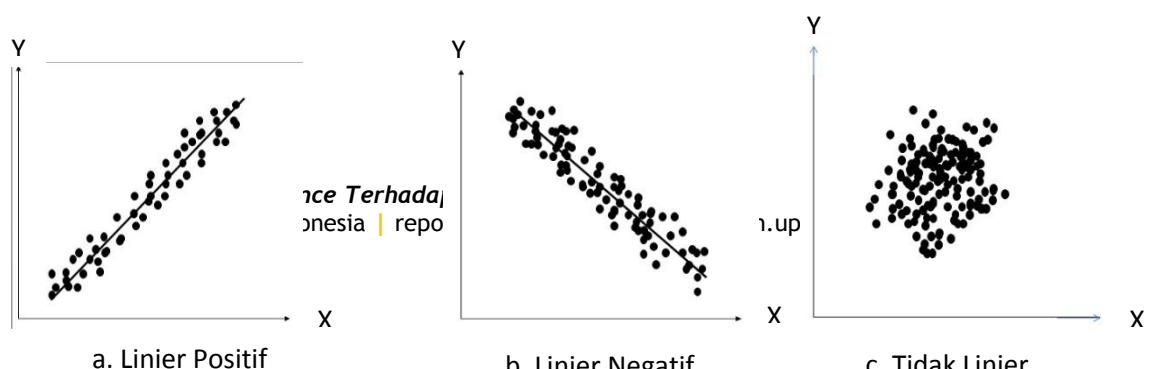
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**GAMBAR 3.1**  
**GARIS NORMAL PROBABILITY PLOT**

### b. Diagram Pencar

Diagram pencar atau diagram serak (*Scatter Plot*) digunakan untuk menunjukkan ada tidaknya hubungan antara variabel X dan variabel Y melalui penggambaran nilai dari variabel-variabel tersebut. Diagram pencar menggunakan sistem koordinat cartesius. Pada koordinat tersebut, pada sumbu X diletakkan nilai variabel bebas dan pada sumbu Y diletakkan nilai variabel terikat. Tujuan diagram pencar untuk mengetahui apakah titik-titik koordinat diagram membentuk pola tertentu. Dalam diagram selanjutnya ditarik suatu garis yang dapat membagi dua titik koordinat pada kedua sisinya. Garis yang ditarik diupayakan sesuai, menggambarkan kecenderungan data yang tersebar (*garis best fit*). Dari garis tersebut, dapat diketahui korelasi antara dua variabel sekaligus arah atau bentuk arah hubungan. Jika garis naik, artinya hubungan positif dan jika arah garis turun, maka jenis hubungan negatif. Jika terjadi beberapa garis berarti tidak ada korelasi dan apabila titik-titik tepat melalui garis-garis berarti korelasinya sempurna. Berikut Gambar 3.2 menggambarkan diagram linearitas.



### c. Uji Titik Terpencil

Setelah diketahui, model diagram pencar dan telah menunjukkan pola garis lurus atau linear, langkah selanjutnya adalah memperhatikan titik-titik yang letaknya terpencil pada diagram pencar. Statistik uji yang digunakan adalah :

$$t = \frac{Y - \hat{Y}}{S_{Y-\hat{Y}}}$$

Nirwana SK Sitepu (1994:19)

Keterangan:

$\hat{Y}$  : variabel dependen atau nilai variabel yang diprediksikan.

$Y$  : skor nilai variabel dependen

$S_Y$  : Standar error untuk  $Y$

Dimana kriteria yang digunakan dalam uji ini yaitu:

$t > t_{n-2}$  : Tolak  $H_0$ , artinya titik yang mencurigakan dianggap sebagai titik terpencil dan harus dikeluarkan.

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

### d. Uji Linearitas

Uji linearitas regresi digunakan untuk menguji kelinearan regresi, yaitu apakah model linear yang diambil betul-betul cocok dengan keadaannya atau tidak Sudjana (2005:331). Apabila ternyata cocok atau linear, maka pengujian dilanjutkan dengan model sederhana. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
2. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Pada taraf kesalahan 0,10 dengan derajat kebebasan (dk) pembilang (k-2) dan dk penyebut (n-k) serta pihak kanan secara statistik Sudjana (2001:18), pengujian hipotesis kelinearan yaitu:

$H_0: \beta \leq 0$ , artinya *service excellence* dengan kepuasan konsumen koefisien arah regresinya tidak linear.

$H_a: \beta > 0$ , artinya *service excellence* dengan kepuasan konsumen koefisien arah regresinya linear.

### 3.2.8.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan kausal dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear sederhana karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel. Analisis yang dipergunakan adalah untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel bebas, yaitu *service excellence* terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan konsumen. Maka bentuk umum persamaannya adalah:

$$Y' = a + bX$$

Sumber: Sugiyono (2013:270)

Dimana:

$Y'$  = subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

$a$  = 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  $(-)$  maka terjadi penurunan.

$X$  = subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi adalah sebagai berikut:

- Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien  $a$  dan  $b$ , yaitu  $\sum Xi, \sum Yi, \sum XiYi, \sum Xi^2, \sum Yi^2$
- Mencari koefisien regresi  $a$  dan  $b$  dengan rumus yang dikemukakan (Sugiyono, 2013:272) sebagai berikut:

Nilai dari  $a$  dan  $b$  pada persamaan regresi linear dapat dihitung dengan rumus:

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

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

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.

### 1. Koefisien Korelasi

Tujuan perhitungan dengan menggunakan analisis korelasi adalah untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Hubungan dua variabel tersebut terdiri dari dua macam, yaitu hubungan positif dan hubungan negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) Y. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r). Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1, artinya jika:

$r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)

$r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif)

$r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

Penentuan koefisien korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan korelasi Pearson (*Pearson's product moment coefficient of correlation*), yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \quad \text{Sugiyono (2013: 248)}$$

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- Y = Skor Total
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam distribusi X
- $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam distribusi Y
- n = Banyak responden

Kemudian untuk mengetahui koefisien korelasi antara variabel *service excellence* dengan variabel kepuasan konsumen, digunakan pedoman interpretasi koefisien pada Tabel 3.9 berikut.

Rosi Rismayanti, 2016

*Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Konsumen*

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

**TABEL 3.9**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN**  
**INTERPRETASI KOEFESIEN KORELASI**

INTERVAL KOEFESIEN	TINGKAT HUBUNGAN
Antara 0,700 – 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 – 0,500	Tinggi
Antara 0,500 – 0,400	Agak Tinggi
Antara 0,400 – 0,300	Sedang
Antara 0,300 – 0,200	Agak Tidak Tinggi
Antara 0,200 – 0,100	Tidak Tinggi
Antara 0,100 – 0,000	Sangat Tidak Tinggi

Sumber: Suharsimi Arikunto (2010:245)

## 2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan bahwa besar pengaruh *service excellence* (variabel X) terhadap kepuasan konsumen (variabel Y). Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, dengan asumsi  $0 \leq r^2 \leq 1$  menggunakan rumus:

$$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

Sumber: Riduwan (2008:136)

Keterangan:

KD : Nilai koefisien determinasi

r : Nilai koefisien korelasi

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada Tabel 3.9 sebagai berikut:

**TABEL 3.9**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRESTASI**  
**KOEFISIEN DETERMINASI**

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0-19,99%	Sangat Rendah
20%-39,99%	Rendah
40%-59,99%	Sedang
60%-79,99%	Kuat
80%-100%	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2010:95)

### 3.2.9 Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat.

Hipotesis penelitian yang akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linear. Untuk menguji signifikansi hubungan, maka perlu diuji signifikansinya dengan menggunakan rumus signifikansi korelasi *product moment* sebagai berikut:

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

Sugiyono (2013:250)

Keterangan:

t = nilai yang dihitung

r = korelasi *product moment*

n = banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari terlebih dahulu nilai dari  $t_{hitung}$  dan dibandingkan dengan nilai dari  $t_{tabel}$  dengan taraf kesalahan  $\alpha=10\%$  atau  $\alpha=0,10$  dengan derajat dk (n-2) serta uji satu pihak yaitu uji pihak kanan, maka:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
2. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,10 dengan derajat kebebasan n-k-1 serta berada pada uji pihak kanan. Serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0: \rho \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dari *service excellence* terhadap kepuasan konsumen pada BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Bandung

$H_a: \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh yang positif dari *service excellence* terhadap kepuasan konsumen pada BPJS Kesehatan Kantor Cabang Utama Bandung

Adapun untuk membantu dalam pengolahan data dan pengujian hipotesis, dapat menggunakan bantuan *software microsoft excel* dan SPSS (*Statistical Product for Service Solution 21.0*).

