

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh program *customer service* terhadap kepuasan pelanggan. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah program *customer service* sebagai variabel bebas (*independent variable*) yang berdasarkan dimensi pelayanan yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Adapun yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah kepuasan pelanggan yang terdiri dari *accessibility*, *service process*, *people*, *service complaint handling*, dan *quality of repair result*.

Menurut Ruth McNeil (2005:57) dalam *Business to Business Market Research*, penelitian adalah pengumpulan dan analisis data suatu sampel dari individu-individu atau organisasi yang berkaitan dengan perilaku, karakteristik, sikap, pendapat atau keuangan. Hal tersebut mencakup semua bentuk pemasaran dan penelitian sosial seperti *survei* konsumen dan industri, investigasi psikologis, observasi dan studi panel.

Pada penelitian ini yang menjadi responden adalah pengunjung Galeri Indosat Asia Afrika Gedung Bumi Bina Usaha Lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung. Pemilihan Provider Indosat tersebut karena merupakan salah satu perusahaan jasa telekomunikasi yang menerapkan program *customer service*, khususnya *customer service* Indosat. Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka akan dianalisis mengenai pelaksanaan program *customer service* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

## 3.2 Metode Penelitian

### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Menurut Travers (dalam Husain Umar 2008:21) menjelaskan bahwa, "Penelitian dengan metode *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain". Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh temuan tentang pengaruh program *customer service* terhadap kepuasan pelanggan Indosat di galeri Indosat Asia Afrika.

Penelitian yang berupa deskriptif ini mempunyai maksud untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai program *customer service* (pelayanan pelanggan) yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*, dan kepuasan pelanggan yang terdiri dari *accessibility*, *service process*, *people*, *service complaint handling*, dan *quality of repair result*. Sedangkan untuk penelitian verifikatif bermaksud untuk mengetes kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian verifikatif ini untuk menguji pengaruh program *customer service* (pelayanan pelanggan) yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan yang terdiri dari *accessibility*, *service process*, *people*, *service complaint handling*, dan *quality of repair result*.

Mengingat jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang

digunakan dalam penelitian ini adalah *survei explanatory*. Seperti yang diungkapkan Sugiyono (2009:11) “Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya”.

Menurut Kerlinger (dalam Sugiyono, 2008:5),

Metode Survei yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga di temukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Menurut David Kline (dalam Sugiyono 2008:5), metode survei pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam. Walaupun metode survei ini tidak memerlukan kelompok *control* seperti halnya pada metode eksperimen, namun generalisasi yang dilakukan biasanya lebih akurat bila digunakan sampel yang representatif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross sectional method*, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penjabaran operasional dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 dibawah ini

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

VARIABEL /SUB-VARIABEL	KONSEP TEORITIS	KONSEP EMPIRIS			NO ITEM
		INDIKATOR	UKURAN	SKALA	
<b>Customer Service (X)</b>	<i>Customer Service</i> adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen (Kasmir 2004: 216)				
<i>Tangibles</i>	<i>Tangibles</i> yaitu Dimana kemampuan perusahaan didalam menunjukkan eksistensi dirinya, (Tjiptono 2004:68)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasilitas pelayanan Galeri Indosat khususnya <i>Customer Service</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat fasilitas pelayanan Galeri Indosat khususnya <i>Customer Service</i></li> </ul>	<i>Ordinal</i>	1
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peralatan yang menunjang layanan <i>Customer Service</i> berfungsi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat peralatan yang menunjang layanan <i>Customer Service</i> berfungsi</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	2
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penampilan <i>Customer Service</i> dan petugas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat penampilan <i>Customer Service</i> dan petugas</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	3
<i>Reliability</i>	<i>Reliability</i> Merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan kepada pelanggan. (Tjiptono 2004:68)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akses <i>Customer Service</i> yang diberikan oleh Galeri Indosat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat akses <i>Customer Service</i> yang diberikan oleh Galeri Indosat</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	4
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Layanan akses <i>Customer Service</i> dengan kebutuhan pelanggan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat layanan akses <i>Customer Service</i> dengan kebutuhan pelanggan</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	5
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelayanan Galeri Indosat dalam menangani</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pelayanan Galeri Indosat dalam</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	6

VARIABEL /SUB- VARIABEL	KONSEP TEORITIS	KONSEP EMPIRIS			NO ITE M
		INDIKATOR	UKURAN	SKALA	
		komplain mengenai <i>Customer Service</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan layanan <i>Customer Service</i> yang benar sejak pertamakali konsumen berlangganan</li> </ul>	menangani komplain mengenai <i>Customer Service</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pemberian layanan <i>Customer Service</i> yang benar sejak pertamakali konsumen berlangganan</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	7
<i>Responsiveness</i>	<i>Responsiveness</i> Daya tanggap yang dimiliki oleh karyawan dan pimpinan perusahaan. Dimana perusahaan harus menunjukkan kemampuannya dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan jika pelanggan sedang memerlukan jasa yang dimaksudkan. (Tjiptono 2004:68)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertanyaan yang diajukan oleh konsumen dijawab secara tuntas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pertanyaan yang diajukan oleh konsumen dijawab secara tuntas</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	8
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Customer Service</i> dan petugas menunjukan kemauan baik untuk membantu konsumen dalam mengatasi masalah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat <i>Customer Service</i> dan petugas menunjukan kemauan baik untuk membantu konsumen dalam mengatasi masalah</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	9
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Layanan <i>Customer Service</i> dilakukan dengan segera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat layanan <i>Customer Service</i> dilakukan dengan segera</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	10
<i>Assurance</i>	<i>Assurance</i> Hal ini berkaitan dengan pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan dari pelanggannya pada perusahaan. Didalamnya terdapat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petugas memiliki keterampilan dalam memberikan pelayanan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat petugas memiliki keterampilan dalam memberikan pelayanan</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	11

VARIABEL /SUB-VARIABEL	KONSEP TEORITIS	KONSEP EMPIRIS			NO ITEM
		INDIKATOR	UKURAN	SKALA	
	unsur etika karyawan, kredibilitas karyawan, rasa aman dari pelanggan, dan unsur etika yang dimiliki oleh karyawan. (Tjiptono 2004:68)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Customer Service</i> dan petugas sopan dan ramah dalam memberikan layanan kepada konsumen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat <i>Customer Service</i> dan petugas sopan dan ramah dalam memberikan layanan kepada konsumen</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	12
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya jaminan keamanan dan kenyamanan dilakukan ketika menggunakan layanan <i>Customer Service</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat jaminan keamanan dan kenyamanan dilakukan ketika menggunakan layanan <i>Customer Service</i></li> </ul>	<i>Ordinal</i>	13
<i>Emphaty</i>	Merupakan pemberian perhatian yang bersifat individu kepada pelanggan dari perusahaan. (Tjiptono 2004:68)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dalam menginformasikan mengenai tagihan kepada pelanggan setiap bulannya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat ketepatan dalam menginformasikan mengenai tagihan kepada pelanggan setiap bulannya</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	14
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mudah dalam menghubungi <i>Customer Service</i> atau petugas layanan <i>call center</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemudahan dalam menghubungi <i>Customer Service</i> atau petugas layanan <i>call center</i></li> </ul>	<i>Ordinal</i>	15
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Layanan <i>Customer Service</i> memiliki citra yang baik di mata pelanggan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat layanan <i>Customer Service</i> memiliki citra yang baik di mata pelanggan</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	16

VARIABEL /SUB- VARIABEL	KONSEP TEORITIS	KONSEP EMPIRIS			NO ITE M
		INDIKATOR	UKURAN	SKALA	
Kepuasan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan respons emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. (Westbrook & Reilly dalam Fandy Tjiptono 2009:349) Kepuasan dinilai mulai dari kepuasan mengakses, kepuasan dalam <i>service process</i> , kepuasan terhadap orang yang melayani, sampai kepuasan dalam penanganan <i>complain</i> dan kepuasan terhadap hasil ( <i>result</i> ). (Center for Customer Satisfaction & Loyalty, Majalah Marketing 05/X/Mei 2010)	• Aksesibilitas	• Tingkat Kemudahan akses layanan	<i>Ordinal</i>	17
			• Tingkat Dapat dihubungi 24 jam	<i>Ordinal</i>	18
			• Tingkat Kemudahan menghubungi Customer Service Indosat	<i>Ordinal</i>	19
		• Proses Pelayanan	• Tingkat Kecepatan proses pemenuhan kebutuhan pelanggan	<i>Ordinal</i>	20
		• Staf	• Tingkat Waktu tunggu jawab dari petugas	<i>Ordinal</i>	21
			• Tingkat keramahan petugas	<i>Ordinal</i>	22
			• Tingkat petugas sigap dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari pelanggan	<i>Ordinal</i>	23
			• Tingkat Mengerti dari Customer Service akan kebutuhan pelanggan	<i>Ordinal</i>	24
		• Penanganan keluhan	• Tingkat Ketersediaan menampung keluhan pelanggan	<i>Ordinal</i>	25

VARIABEL /SUB- VARIABEL	KONSEP TEORITIS	KONSEP EMPIRIS			NO ITE M
		INDIKATOR	UKURAN	SKALA	
			• Kesiediaan membantu memecahkan permasalahan pelanggan	<i>Ordinal</i>	26
		• <i>Quality of Repair Result</i>	• Tingkat kesesuaian hasil pelayanan	<i>Ordinal</i>	27
			• Tingkat ketepatan dari hasil pelayanan	<i>Ordinal</i>	28

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Sumber data tersebut dapat diperoleh baik secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian.

#### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data di mana data yang diinginkan dapat diperoleh secara langsung dari objek yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Asep Hermawan (2008:168) yang dimaksud dengan data primer adalah:

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atas tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, dekriptif, maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa *survei* ataupun observasi.

Menurut Ruth McNeil (2005:56) data primer memiliki ciri:

- a. Pengumpulan informasi langsung dari responden menggunakan metodologi yang sesuai.
- b. Ditugaskan secara langsung oleh peneliti. Sedangkan implikasinya:
  1. *Customized*. Data disesuaikan dengan kebutuhan peneliti.
  2. *Syndicated*. Data diperoleh peneliti dengan melibatkan data penelitian terdahulu.
  3. *Omnibus*. Data diperoleh dari sebuah lembaga penelitian dalam kurun waktu tertentu.
- c. Data diperoleh langsung dari objek penelitian, akan tetapi tidak dipublikasikan.

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah seluruh data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah pelanggan Indosat yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi penelitian, yaitu pengunjung Galeri Indosat Asia Afrika Gedung Bumi Bina Usaha Lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung.

## **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian dimana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Menurut Asep Hermawan (2008:168), "Data sekunder adalah struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain". Penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur artikel, jurnal ilmiah, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Lebih jelasnya sumber data pada penelitian ini terlihat pada Tabel 3.2 berikut.

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

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Jumlah pelanggan yang menggunakan layanan <i>Customer Service</i>	Primer	Galeri Indosat Asia Afrika
2	Tingkat Pertumbuhan jasa telekomunikasi	Sekunder	<i>Morgan Stanley Capital International</i>
3	Tingkat citra perusahaan	Sekunder	Marketing 02/X/Februari 2010 <i>Frontier Consulting Group</i> 2010
4	Perkembangan <i>call center</i>	Sekunder	Marketing 04/X/April 2010
5	Kepuasan pelanggan <i>Celuller GSM</i>	Primer	Pra penelitian 2011
6	Pencapaian standar kualitas pelayanan jasa telepon	Primer	<i>Company profile</i> PT Indosat, Tbk
7	<i>Indonesian service satisfaction index</i> kategori <i>cellular gsm</i>	Sekunder	Marketing 05/X/Mei 2010
8	Jumlah pelanggan Jasa telekomunikasi	Sekunder	Diolah dari berbagai sumber

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011

### 3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Penelitian yang dilakukan selalu berkaitan dengan kegiatan mengumpulkan dan menganalisa suatu data, menentukan populasi merupakan langkah yang penting. Menurut kamus riset karangan Kommaruddin dalam Mardalis (2003:53) "Populasi adalah semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel". Menurut Siswojo dalam Mardalis (2003:54) "Populasi adalah sejumlah kasus yang memenuhi seperangkat kriteria yang ditentukan peneliti". Menurut Suharsimi Arikunto (2009:130) "Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian".

Menurut Sugiyono, "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya" Sugiyono (2008:117). Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang

disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka yang menjadi populasi sasaran pada penelitian ini adalah pengunjung Galeri Indosat Asia Afrika Gedung Bumi Bina Usaha Lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung dengan ukuran 4.628, ukuran tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini merupakan rincian jumlah pengunjung dari bulan Juli - Oktober 2011

**TABEL 3.3**  
**JUMLAH PENGUNJUNG CUSTOMER SERVICE**  
**GALERI INDOSAT ASIA AFRIKA**  
**JULI - OKTOBER 2011**

Bulan	Jumlah Pengunjung
Juli	5.567
Agustus	4.434
September	4.013
Oktober	4.498
Rata-rata/perbulan	4.628

Sumber: Galeri Indosat Asia Afrika

Jumlah pengunjung yang tertera pada Tabel 3.3 memberikan informasi jumlah pengunjung Galeri Indosat Asia Afrika Gedung Bumi Bina Usaha Lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung untuk rata-rata per bulan sebanyak 4.628 pengunjung yang dapat dijadikan populasi penelitian.

#### 3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah satu subset atau tiap bagian dari populasi berdasarkan apakah itu representatif atau tidak. Sampel merupakan bagian tertentu yang dipilih dari populasi (Ulber Silalahi, 2006:234). Menurut David A. Aaker et. al.

(2004:760), “A subset of elements from a population.” (Artinya: Suatu subset unsur-unsur dari suatu populasi).

Sampel diartikan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar. Menurut Suharsimi Arikunto (2009:131) “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Pada penelitian ini tidak mungkin semua populasi dapat penulis teliti, hal ini disebabkan beberapa faktor, di antaranya:

1. Keterbatasan biaya
2. Keterbatasan tenaga
3. Keterbatasan waktu yang tersedia.

Peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Menurut Sugiyono (2008:116):

Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representative* (mewakili).

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian pengunjung *customer service* Galeri Indosat Asia Afrika. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebesar 100 sampel. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel, digunakan rumus dari Harun Al Rasyid (1994:44), yaitu:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

(Harun Al Rasyid, 1994:44)

Sedangkan  $n_0$  dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[ \frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2$$

(Harun Al Rasyid, 1994:44)

Keterangan :

N = Populasi

n = Sampel

S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Emperical Rule*

$\delta$  = *Bound of error* yang bisa ditolerir/dikehendaki sebesar 5

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

- |  |  |
|--|--|
| a. Jumlah item   | = 28   |
| b. Nilai tertinggi skor responden                        | = (28x5) = 140   |
| c. Nilai terendah skor responden                         | = (28x1) = 28  |
| d. Rentang   | = Nilai tertinggi – Nilai terendah<br>= (140–28) = 112 |
| e. <i>Deming's Emperical Rule</i> yang digunakan adalah: |  |
| S = (0,21) (112) = 23,52                                 |  |
| S = 23,52  |  |

Keterangan:

S = (0,21), berdasarkan pengamatan dari jawaban responden yang berbentuk kurva kiri,  artinya jawaban responden kebanyakan ada di skor 3 dan 4.

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai  $n_0$  terlebih dahulu, yaitu:

Diketahui:

$$N = 4.628 \text{ orang}$$

$$A = 0,05$$

$$\Delta = 5 \%$$

$$Z = \left[ 1 - \frac{\alpha}{2} \right] = 0,975 \rightarrow 1,96$$

$$S = 23,52$$

$$n_0 = \left[ \frac{(1,96)(23,52)}{5} \right]^2$$

$$= \left[ \frac{46,099}{5} \right]^2$$

$$= [9,2018]^2$$

$$= 84,673123$$

$$N = 84,673123$$

$$1 + \frac{84,673123}{4.628}$$

$$= \frac{84,673123}{1.0182958}$$

$$= 83,15$$

Berdasarkan penghitungan di atas, ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini alpha = 0,05 dan derajat kepercayaan 5%, maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 83 responden. Sampel yang digunakan akan ditambah sebanyak 17 sampel untuk keperluan penelitian, sehingga ukuran sampelnya mejadi 100. Menurut Winarmo Surakhmad (1998:100) bahwa “untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”.

### 3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Sugiyono (2008:73) mengemukakan bahwa: “Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel”. Menurut Suharsimi Arikunto (2009:111) teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang

benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Populasi pada penelitian ini adalah populasi bergerak (*mobile population*), maka peneliti menggunakan teknik *simple random sampling*. Menurut Suharsimi Arikunto (2009:134) teknik ini digunakan apabila populasi yang diteliti dianggap homogen. Peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel. Oleh karena itu hak setiap subjek sama, maka peneliti terlepas dari perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subjek untuk dijadikan sampel secara sistematis.

Menurut Harun Al – Rasyid (2004:66) langkah-langkah yang dilakukan dalam cara ini adalah:

1. Tentukan populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran pengunjung *customer service* Galeri Indosat Asia Afrika Gedung Bumi Bina Usaha Lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung.
2. Tentukan tempat tertentu sebagai *checkpoint*, dalam penelitian ini yang menjadi tempat *checkpoint* adalah Galeri Indosat Asia Afrika Gedung Bumi Bina Usaha Lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung.
3. Tentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan *sampling*. Dalam penelitian ini waktu yang digunakan oleh peneliti adalah pukul 08.00 – 15.00 WIB hari Senin sampai dengan Jumat yang merupakan waktu pelanggan datang ke *customer service* Galeri Indosat Asia Afrika Gedung Bumi Bina Usaha Lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung.
4. Lakukan orientasi lapangan, terutama pada *checkpoint*. Orientasi ini akan dijadikan dasar menentukan interval pemilihan pertama, atau dasar kepadatan pembeli. Dengan menggunakan rumus:
 
$$l = \frac{N}{n}$$

$$l = \frac{175}{20} = 8,75 = 9$$
5. Pada hari yang ditentukan pada *checkpoint*, pelanggan ke1 untuk selanjutnya adalah pelanggan yang memiliki nomor urut 9 dan seterusnya diberi kuesioner untuk diisi hingga ukuran sampel terpenuhi.

Menghitung besarnya proporsi pada sampel yang terpilih yaitu pada Galeri Indosat Asia Afrika Gedung Bumi Bina Usaha Lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung. Sampel yang didapatkan harus mewakili hasil penelitian, untuk itu perlu dilakukan langkah-langkah yang sistematis untuk mendapatkan sampel yang representatif.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian dengan data yang terkumpul untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai teknik komunikasi langsung dengan pihak Indosat. Wawancara ini dilakukan kepada pihak Galeri Indosat Asia Afrika Gedung Bumi Bina Usaha Lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung untuk memperoleh data mengenai jumlah pengunjung, standar kinerja tagihan, standar pemenuhan permohonan aktivasi, standar penanganan keluhan umum pelanggan, standar tingkat laporan gangguan layanan dan standar *service level* layanan pelanggan.

#### 2. Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau serta melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu PT. Indosat, Tbk khususnya aktivitas mengenai prosedur program penanganan keluhan pelanggan melalui *Customer Service*. Pengunjung Galeri Indosat Asia

Afrika Gedung Bumi Bina Usaha Lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung yang pernah menggunakan program *Customer Service*.

### 3. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden pada jasa telekomunikasi khususnya pada pengunjung *Customer Service* Galeri Indosat Asia Afrika Gedung Bumi Bina Usaha Lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung tentang program pelayanan *Customer Service* yang dilaksanakan di Indosat

### 4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari program *Customer Service* dan kepuasan pelanggan.

Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu: a) Perpustakaan UPI, Perpustakaan Universitas Widyatama Bandung, Perpustakaan STT Telkom Bandung b) Skripsi, Tesis, Disertasi, c) Jurnal *Marketing*, d) Media Cetak (Majalah), e) Media Elektronik (Internet).

#### 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting, karena data merupakan gambaran dari 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 penting yaitu *valid* dan *reliabel*.

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 18.0 for window.

### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar-tidaknya data tergantung dari instrumen pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu validitas dan reliabilitas.

Pengujian validitas instrument dilakukan untuk menjamin bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2009:146).

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:146):

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Pendapat lebih jelas diungkapkan oleh Asep Hermawan (2008:211) "Validitas data merupakan suatu proses penentuan apakah suatu wawancara dalam survei atau observasi dilakukan dengan benar dan bebas dari bias".

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut

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

(Suharsimi Arikunto 2009:146)

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 skor distribusi X  
 $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y  
 $n$  = Banyaknya responden

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2009:245) dapat dilihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

**TABEL 3.4**  
**INTERPRETASI NILAI  $r$**

Besarnya Nilai $r$	Interpretasi
Antara 0.800 sampai dengan 1.00	Tinggi
Antara 0.600 sampai dengan 0.800	Cukup
Antara 0.400 sampai dengan 0.600	Agak Rendah
Antara 0.200 sampai dengan 0.400	Rendah
Antara 0.000 sampai dengan 0.200	Sangat Rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009: 245)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang

divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut :

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

(Sugiyono, 2008:250)

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$ . ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$ . ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ).

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 program *customer service* sebagai variabel X dan instrumen kepuasan pelanggan sebagai variabel Y. Jumlah pertanyaan untuk Variabel X adalah 16 dan seluruh item tersebut valid, sedangkan untuk item pertanyaan Variabel Y berjumlah 12 item.

**TABEL 3.5**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS PROGRAM CUSTOMER SERVICE**

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
<b>PROGRAM CUSTOMER SERVICE</b>				
<b>1. Tangibles</b>				
1	Fasilitas pelayanan Galeri Indosat khususnya <i>Customer Service</i>	0,831	0,374	Valid
2	Peralatan yang menunjang layanan <i>Customer Service</i>	0,744	0,374	Valid
3	Penampilan <i>Customer Service</i> dan petugas	0,844	0,374	Valid
<b>2. Reliability</b>				
4	Akses <i>Customer Service</i> yang diberikan oleh Galeri Indosat sesuai dengan yang dijanjikan	0,760	0,374	Valid
5	Layanan akses <i>Customer Service</i> sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0,764	0,374	Valid
6	Pelayanan Galeri Indosat dalam menangani komplain mengenai <i>Customer Service</i> dilakukan dengan baik	0,795	0,374	Valid
7	Memberikan layanan <i>Customer Service</i> yang benar sejak pertama kali konsumen berlangganan	0,786	0,374	Valid
<b>3. Responsiveness</b>				
8	Pertanyaan yang diajukan oleh konsumen dijawab secara tuntas	0,734	0,374	Valid
9	Petugas <i>Customer Service</i> menunjukkan kemauan baik untuk membantu konsumen dalam mengatasi masalah	0,846	0,374	Valid
10	Layanan <i>Customer Service</i> dilakukan dengan segera	0,761	0,374	Valid
<b>4. Assurance</b>				
11	Petugas <i>Customer Service</i> memiliki keterampilan dalam memberikan pelayanan	0,695	0,374	Valid
12	Petugas <i>Customer Service</i> sopan dan ramah dalam memberikan layanan kepada konsumen	0,715	0,374	Valid
13	Jaminan keamanan dan kenyamanan diberikan ketika menggunakan layanan <i>Customer Service</i>	0,628	0,374	Valid
<b>5. Emphaty</b>				
14	Ketepatan dalam menginformasikan mengenai tagihan kepada pelanggan setiap bulannya	0,519	0,374	Valid
15	Kemudahan dalam menghubungi <i>Customer Service</i> atau Petugas layanan <i>call center</i>	0,666	0,374	Valid
16	Layanan <i>Customer Service</i> memiliki citra yang baik di mata pelanggan	0,810	0,374	Valid

Berdasarkan Tabel 3.5 pada instrumen variabel program *customer service* dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi

*responsiveness* dengan item pernyataan, petugas *customer service* menunjukkan kemauan baik untuk membantu konsumen dalam mengatasi masalah, yang bernilai 0.846, sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *emphaty* dengan item pernyataan, ketepatan dalam menginformasikan mengenai tagihan kepada pelanggan setiap bulannya yang bernilai 0.519 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya tinggi.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel kepuasan pelanggan berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 18.0 for windows. Menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,374. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.7 yang disajikan sebagai berikut.

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS KEPUASAN PELANGGAN**

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
<b>KEPUASAN PELANGGAN</b>				
<b>1. Harapan aksesibilitas pelayanan <i>customer service</i></b>				
1	Kemudahan akses layanan	0.808	0,374	Valid
2	Dapat dihubungi 24 jam	0.765	0,374	Valid
3	Kemudahan menghubungi <i>Customer Service</i> Indosat	0.848	0,374	Valid
<b>2. Harapan proses pelayanan yang diberikan</b>				
4	Kecepatan proses pemenuhan kebutuhan pelanggan	0.786	0,374	Valid
5	Ketepatan Waktu tunggu jawab dari petugas	0.831	0,374	Valid
<b>3. Harapan petugas pelayanan</b>				
6	Keramahan petugas <i>customer service</i>	0.765	0,374	Valid
7	Kesigapan petugas dalam menanggapi dan merespon keluhan, kritik dan saran dari pelanggan	0.780	0,374	Valid
8	Mengerti akan kebutuhan pelanggan	0.761	0,374	Valid
<b>4. Harapan penanganan keluhan</b>				
9	Kesediaan menampung keluhan pelanggan	0.815	0,374	Valid
10	Kesediaan membantu memecahkan permasalahan pelanggan	0.793	0,374	Valid
<b>5. Harapan Hasil Pelayanan</b>				
11	Kesesuaian hasil pelayanan	0.691	0,374	Valid
12	Ketepatan dari hasil pelayanan	0.714	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2008:172), “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Asep Hermawan (2006:126) mendefinisikan: “Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur.” Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa reliabilitas berkaitan dengan akurasi dan ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur karena instrumennya sudah baik.

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan *internal consistency* dengan teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown, yaitu:

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

(Sugiyono, 2008:190)

Keterangan:

$r_i$  = Reliabilitas seluruh instrumen

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

Pengujian reliabilitas tersebut menurut Sugiyono (2008:190) dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan instrumen 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 ( $r_i$ )  $\geq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

2. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_i$ ) <  $r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ) maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,347. Berdasarkan Tabel 3.7 berikut ini dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan reliabel, karena setiap pernyataan memiliki  $r_{hitung}$  yang lebih besar daripada  $r_{tabel}$ , sehingga instrumen tersebut akan memberikan hasil ukur yang sama

**TABEL 3.7**  
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	PROGRAM <i>CUSTOMER SERVICE</i>	0,929	0,374	Reliabel
2	KEPUASAN PELANGGAN	0,957	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011 (Menggunakan SPSS 18,00 For Windows)

### 3.2.7 Uji Normalitas

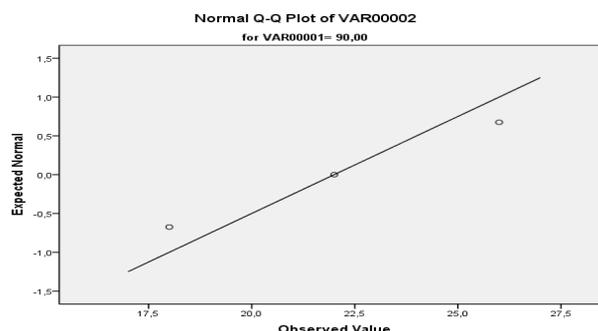
Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak digunakan cara membaca interpretasi grafik yaitu data berdistribusi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

1. Entry data atau buka file data yang akan dianalisis
2. Pilih menu berikut ini, Analyze, Descriptives Statistics, Explore

misalnya Kolmogorov–Smirnov. Hipotesis yang diuji adalah:

$H_0$  : Sampel berasal dari populasi berdistribusi normal

$H_1$  : Sampel tidak berasal dari populasi berdistribusi normal



**GAMBAR 3.1**  
**OUTPUT UJI NORMALITAS**

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa titik-titik tersebar disekitar garis lurus, sehingga dapat disimpulkan semua populasi berdistribusi normal.

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan tes kecocokan *chi-kuadrat*. Chi kuadrat ( $X^2$ ) satu sample, adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis deskriptif bila dalam populasi terdiri atas dua atau lebih kelas, data berbentuk nominal dan sampelnya besar. Adapun rumus menghitung Chi Kuadrat.

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_o - f_h)^2}{f_n}$$

Sugiyono (2009:295)

Dimana:

$x^2$ = Chi Kuadrat

$f_o$ = Frekuensi yang diobservasi

$f_h$ = Frekuensi yang diharapkan

Langkah-langkah pengujian normalitas data dengan Chi Kuadrat adalah sebagai berikut:

1. Merangkum data seluruh variabel yang akan diuji normalitasnya.
2. Menentukan jumlah kelas interval
3. Menentukan panjang kelas interval yaitu ;  
( data terbesar – data terkecil ) dibagi dengan jumlah kelas interval

4. Menyusun ke dalam tabel distribusi frekuensi, yang sekaligus merupakan tabel penolong untuk menghitung harga Chi Kuadrat
5. Menghitung frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ), dengan cara mengalikan persentase luas tiap bidang kurva normal dengan jumlah anggota sampel
6. Memasukkan harga-harga  $f_h$  ke dalam tabel kolom  $f_h$ , sekaligus menghitung harga-harga ( $f_o - f_h$ ) dan  $\frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$

menjumlahkannya. Harga - harga  $\frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$  merupakan harga Chi Kuadrat ( $\chi_h^2$ ) hitung.

7. Membandingkan harga Chi Kuadrat hitung dengan Chi Kuadrat Tabel. Bila harga Chi Kuadrat hitung lebih kecil atau sama dengan harga Chi Kuadrat tabel ( $\chi_h^2 \leq \chi_t^2$ ), maka distribusi data dinyatakan normal, dan bila lebih besar ( $>$ ) dinyatakan tidak normal. ( Sugiyono 2009 : 172 )

### 3.3 Rancangan Teknik Analisis data dan Pengujian Hipotesis

#### 3.3.1 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal untuk variabel X dan Y.

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan gambaran responden terhadap pengaruh *pelaksanaan* program *customer service* terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung *customer service* Galeri Indosat Asia Afrika Gedung Bumi Bina Usaha Lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah seluruh data responden terkumpul. Kegiatan analisis data dilakukan melalui tiga tahap sebagai berikut :

#### 1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

#### 2. Tabulasi data

Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Memberi skor pada tiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

#### 3. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

#### 4. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis *analytical (explanatory)*, maka dilakukan analisis regresi linier. Karena penelitian ini menganalisis dua variabel, yaitu program *customer service* (X) dan kepuasan pelanggan (Y), maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana.

### 3.3.2 Rancangan Analisis Deskriptif

Data mentah yang telah terkumpul dari hasil kuesioner/survei lapangan harus diolah agar memperoleh makna yang berguna bagi pemecahan masalah. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini

disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh program *customer service* terhadap kepuasan pelanggan. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian.

Persiapan adalah mengumpulkan dan memeriksa kebenaran cara pengisian, melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem penilaian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian. dalam bentuk informasi yang lebih ringkas.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis Deskriptif Variabel X (Program *Customer Service*)

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap *customer service* yang meliputi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*.

2. Analisis deskriptif Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

Variabel Y yang diteliti terfokus pada kepuasan pelanggan yang meliputi *accessibility, service process, people, service complaint handling, dan quality of repair result*.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan variabel X dan Y, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.6 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
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% -99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali (1985: 184)

### 3.3.3 Rancangan Analisis Verifikatif

Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh program *customer service* (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yaitu menggunakan analisis regresi linier dan analisis korelasi karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel. Nirwana SK Sitepu (1994:11) menyatakan “Syarat variabel dalam regresi sekurang-kurangnya interval” berdasarkan pendapat tersebut maka langkah-langkah teknik analisis data adalah sebagai berikut.

#### 3.3.3.1 *Method Succesive Interval* (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasikan terlebih dahulu menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Succesive Interval* (Harun Al-Rasyid, 1994:131) langkah-langkah untuk melakukan transformasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.

3. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$\text{Means Of Interval} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

Dimana:

<i>Means Of Interval</i>	: Rata-rata interval
<i>Density at Lower Limit</i>	: Kepadatan batas bawah
<i>Density at Upper Limit</i>	: Kepadatan batas atas
<i>Area Under Upper Limit</i>	: Daerah dibawah batas atas
<i>Area Under Lower Limit</i>	: Daerah dibawah batas bawah

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Adapun teknik analisa yang digunakan dalam statistik *parametric* adalah teknik analisa regresi linier sederhana, oleh karena pada pada metode regresi linier sederhana, data haruslah dalam bentuk interval. Semua data ordinal yang diperoleh dalam penelitian ini harus ditransformasikan menjadi skala interval terlebih dahulu. Adapun teknik analisa linier sederhana dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut.

### 3.3.3.2 Menguji $\beta$ Melalui Uji t

Menguji  $\beta$  adalah untuk memeriksa apakah dalam populasi memang ada hubungan linier antara Y dengan X. Statistik uji yang dipergunakan (Draper and Smith, 1981):

$$t = \frac{b_1}{s(b_1)}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:21)

Menguji  $\beta$  melalui Uji t

Nilai b didapat dengan rumus:

$$b_1 = \frac{\sum_{i=1}^n X_i Y_i - \frac{\sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y_i}{n}}{\sum_{i=1}^n X_i^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n X_i\right)^2}{n}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:18)

Nilai  $s(b_1)$  didapat dengan rumus:

$$s(b_1) = \sqrt{s^2(b_1)} = \frac{s_{Y/X}^2}{\sum_{i=1}^n X_i^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n X_i\right)^2}{n}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:20)

Keterangan:

$s(b_1)$  = Standar eror untuk  $b_1$

### 3.3.3.3 Diagram Pencar

Pada diagram pencar, terdapat gambaran secara kasar bahwa pola hubungan variabel Y (kepuasan pelanggan) atas variabel X (*program customer service*) adalah pola hubungan linier, maka cukup beralasan mengatakan bahwa model hubungan ini adalah model regresi linier sederhana yaitu  $Y = b_0 + b_1X + e$ . Dari sampel model yang dipergunakan adalah  $Y = b_0 + b_1X + e$ . Kovariansi antara

X dan Y sifatnya searah, dalam arti bahwa apabila X berubah makin besar maka Y pun berubah makin besar atau apabila X berubah makin kecil, maka Y pun berubah makin kecil. Kovariansi antara kedua variabel itu disebut kovariansi positif, ini mengisyaratkan hubungan positif.

### 3.3.3.4 Uji Titik Terpencil

Setelah menggambarkan hasil pengamatan dalam diagram pencar dan sudah bisa menentukan pola garis lurus, maka langkah selanjutnya adalah memperhatikan apakah pada diagram pencar ada titik yang letaknya terpencil. Dalam pengujian ini penulis menggunakan bantuan SPSS. Statistik uji yang digunakan adalah:

$$t = \frac{Y - Y^{\wedge}}{s_{y - \hat{y}}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:19)

### 3.3.3.2 Analisis Verifikatif Menggunakan Regresi Linear Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen yaitu program *customer service* dengan satu variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Teknik yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan Teknik analisis regresi linier sederhana, yaitu :

- a. Menentukan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) dengan bentuk model yang digunakan adalah :

Persamaan umum regresi linear sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

(Sugiyono, 2009: 270)

Keterangan :

- 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:  $\sum X_i$ ,  $\sum Y_i$ ,  $\sum X_i Y_i$ ,  $\sum X_i^2$ ,  $\sum Y_i^2$ .
- Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sugiyono (2009:272) sebagai berikut:

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

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

(Sugiyono, 2009: 272)

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

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya, naik turunnya X akan membuat nilai Y 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.

- Setelah harga a dan b diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi variabel independen dengan variabel dependen

menggunakan analisis Korelasi *Product Moment*, karena dalam penelitian ini penulis mempergunakan metode penelitian asosiatif dan skala  $Y = a + bX$  pengukuran rasio. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono (2006:212) berpendapat bahwa:

“Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau rasio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih adalah sama”.

Penulis menggunakan analisis Korelasi *Product Moment* karena dalam penelitian ini penulis mempergunakan skala pengukuran interval dan skala pengukuran interval tersebut dapat diukur dengan analisis Korelasi *Product Moment*. Analisis Korelasi *Product Moment* untuk mengukur kuat atau lemahnya hubungan program *customer service* dan kepuasan pelanggan Indosat. Rumus dari analisis *Korelasi Product Moment* adalah:

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

Sumber : Sugiyono (2006:213)

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

X = Biaya Kualitas

Y = Profitabilitas (ROI)

n = Banyaknya sampel

Angka korelasi berkisar antara 0 sampai dengan 1. Besar kecilnya angka korelasi menentukan kuat atau lemahnya hubungan kedua variabel.

Keeratan variable dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**TABEL 3.9**  
**PEDOMAN INTERPRESTASI KOEFISIEN KOLERASI**

Koefisien Kolerasi	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 (2009: 184)

### 3.3.3.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan bahwa besar pengaruh program *customer service* (variabel X) terhadap kepuasan pelanggan (variabel Y). Hasil dari perhitungan dinyatakan dalam batas-batas prosentase dari determinasi.

Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

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

Keterangan :

KD = nilai koefisien determinan

r = nilai koefisien korelasi

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

**TABEL 3.10**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI**  
**PENGARUH (GUILFORD)**

Interval Koefisien	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 (2009: 184)

### 3.3.4 Rancangan Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan di uji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linier.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari terlebih dahulu dulu dari  $t_{hitung}$  dan dibandingkan dengan nilai dari  $t_{tabel}$ , dengan taraf kesalahan 5% atau sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta uji satu pihak yaitu pihak kanan. Untuk mencari nilai  $t_{hitung}$  menggunakan rumus  $t_{student}$  yaitu:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Sugiyono (2009:250)}$$

Keterangan:

$r$  =Koefisien korelasi *product moment*

$t$  =Distribusi student dengan derajat kebebasan dk = n – 2

$n$  =Banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2009:188) adalah sebagai berikut:

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

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

$H_0: \rho < 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara program *customer service* yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan Indosat di Galeri Indosat Asia Afrika Gedung Bumi Bina Usaha Lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung.

$H_a: \rho \geq 0$ , artinya terdapat pengaruh antara program *customer service* yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan Indosat di Galeri Indosat Asia Afrika Gedung Bumi Bina Usaha Lt. Dasar, Jl. Asia Afrika 141 - 147 Bandung.

