

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Objek penelitian sebagai pemberi informasi (data) mengenai variabel-variabel yang akan diteliti yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga sebagai variabel independen sedangkan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Bab ini juga membahas tentang metode penelitian yakni tentang metode apa yang akan digunakan dalam penelitian. Karena pada hakikatnya peneliti akan memilih salah satu metode yang dipandang paling cocok, yaitu yang sesuai dengan data yang diperoleh, tujuan dan masalah yang akan dipecahkan.

3.1 Objek Penelitian

Peneliti ini menganalisis tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa katering kereta api PT. Reska Multi Usaha. Adapun yang menjadi variabel bebas atau variabel *independent* (X) dalam penelitian ini adalah pelaksanaan kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3). Sedangkan variabel dependen atau variabel Y adalah kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di Stasiun Besar Bandung Adapun subjek yang dijadikan Responden yaitu penumpang dan pengguna jasa Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha. berdasarkan objek penelitian ini maka akan dianalisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha di Stasiun Besar di Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Berdasarkan variable-variabel yang diteliti maka penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut pendapat V.Wiratna Sujarweni dan Poly Endrayanto dikutip dalam buku “ Statistika untuk Penelitian” (2012:23) : Statistik Deskriptif adalah pengolahan data untuk tujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Data yang diolah dalam statistik deskriptif hanya satu variabel saja. Pada statistik deskriptif dapat menghasilkan tabel, grafik dan diagram. Hal serupa dikemukakan oleh Treven Travens dalam Husein Umar (2001:21) bahwa”Penelitian dalam menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri. Baik (*Independent*) tanpa membuat perbandingan akan menghubungkan dengan variabel lain”. Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh dekripsi mengenai 1) pengaruh kualitas pelayanan 2) kualitas produk 3) harga 4) responden terhadap kepuasan konsumen menggunakan katering kereta api.

Sedangkan jenis penelitian verifikatif menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen katering kereta api. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* dan penyebaran kuisioner .

3.2.1 Jenis Penelitian Dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif . Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji suatu kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Suharsimi Arikunto, 2002) Dalam penelitian ini dianalisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen katering kereta api. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2006:72). Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung.

Furchan (2004:447) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang status suatu gejala saat penelitian dilakukan. Lebih lanjut dijelaskan, dalam penelitian deskriptif tidak ada perlakuan yang diberikan atau dikendalikan serta tidak ada uji hipotesis sebagaimana yang terdapat pada penelitian eksperimen. Berdasarkan jenis penelitian diatas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif dan yang dilaksanakan

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan penyebaran kuisisioner.

3.2.2 Operasional Variabel

Suharsimi Arikunto (1993: 91) mengemukakan bahwa "variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian". Dalam penelitian ini membahas empat variable yaitu variabel Kualitas Pelayanan, variabel Kualitas Produk dan variabel Harga sebagai variabel independen atau variabel bebas dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen atau variabel terikat.

Operasionalisasi variabel tersebut dapat dijabarkan dalam table sebagai berikut

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

Variable X	Konsep Teori	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan Konsumen bergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relative terhadap harapan pembeli. Bila kinerja atau prestasi sesuai atau bahkan melebihi harapan, pembelinya merasa puas. Perusahaan yang cerdas mempunyai tujuan membuat	Kepuasan konsumen adalah suatu bentuk yang dirasakan oleh seseorang yang memakai suatu jasa tertentu dimana jasa itu sendiri menentukan penilaian yang sangat besar untuk kemajuan pemberi jasa bagi setiap penerima jasa. Baik dalam bentuk nyata terasa ataupun	Data berbentuk skala sematik dimana data diperoleh dari penumpang dan pengguna jasa katering kereta api. Meliputi: <ul style="list-style-type: none"> Kinerja (<i>performance</i>) karakteristik operasi pokok dari produksi inti (<i>core product</i>) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah pelanggan yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya. 	Ordinal

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

	<p>gembira pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat mereka serahkan, kemudian menyerahkan lebih banyak dari yang mereka janjikan.</p> <p>Sari Kuliah Manajemen Pemasaran”(2011: 115)</p>	tidak.	<ul style="list-style-type: none"> • Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (<i>features</i>), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan <i>interior</i> dan <i>eksterior</i> seperti <i>dash board</i>, <i>AC</i>, <i>sound system</i>, <i>door lock system</i>, <i>power steering</i>, dan sebagainya. • Keandalan (<i>reability</i>), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya mobil tidak sering ngadat/macet/rewel/rusak. • Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specifications</i>), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah sebelumnya. • Daya tahan (<i>durability</i>), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. • <i>Service ability</i>, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi; serta penanganan keluhan yang memuaskan. • Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model desain yang artistik, warna, dan sebagainya. • Kualitas yang dipersepsikan (<i>perceived quality</i>), yaitu ciri dari reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. 	Ordinal
				Ordinal
				Ordinal
				Ordinal
				Ordinal
				Ordinal
				Ordinal
Kualitas Pelayanan (X1)	<p>Kualitas Pelayanan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa,</p>	Kualitas pelayanan	<p>Data berbentuk skala sematik dimana data diperoleh dari penumpang dan pengguna jasa katering kereta api. Meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi, artinya 	

	<p>manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001).</p> <p>Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).</p> <p>Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antar konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.</p> <p>Menurut Groonroos (1990:27).</p>	<p>adalah suatu aktifitas yang berkaitan langsung dengan konsumen, memberikan dan memenuhi keinginan konsumen dan berpengaruh atas kepuasan konsumen dan dedikasi yang diberikan. Baik secara nyata atau tidak nyata bertujuan untuk memberikan kenyamanan pada konsumen yang memakai jasa tersebut</p>	<p>menyampaikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kredibilitas, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan kontak, dan interaksi dengan pelanggan (<i>hard selling versus soft selling approach</i>). • Keamanan (security), yaitu bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Termasuk didalamnya adalah keamanan secara fisik (<i>physical safety</i>), keamanan finansial (<i>financial security</i>), privasi, dan kerahasiaan (<i>confidentiality</i>). • Kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan mengenal pelanggan reguler. • Bukti fisik (tangibles), meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan (seperti kartu bisnis, kop surat, dan lain-lain). • Reliabilitas, meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (<i>performance</i>) dan sifat dapat dipercaya (<i>dependability</i>). • Responsivitas atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan para 	<p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p>
--	--	---	---	---

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

			<p>karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kompetensi, yaitu penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan • Akses, meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (<i>approachability</i>) dan kemudahan kontak • Kesopanan (<i>courtesy</i>), meliputi sikap santun, respek, atensi, dan keramahan para karyawan kontak (seperti resepsionis, operator telepon, bell person, teller bank, kasir, dan lain-lain). 	Ordinal
				Ordinal
				Ordinal
				Ordinal
Kualitas Produk (X2)	<p>Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa, pembikinan dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan harapan pelanggan. Jadi kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat – sifat yang dideskripsikan di dalam produk (barang dan jasa) dan digunakan untuk memenuhi harapan – harapan pelanggan.</p> <p>Feingenbaum (1992 : 6)</p>	<p>Kualitas produk adalah keunggulan sebuah produk yang kita gunakan baik mutu, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, dan jaminan yang disasarankan kepada pasar dan kepeahaman produsen terhadap produk yang mereka tawarkan dan membuat konsumen merasa puas akan produk ayng mereka dapatkan .</p>	<p>Data berbentuk skala sematik dimana data diperoleh dari penumpang dan pengguna jasa katering kereta api. Skor perbedaan sematik 5 poin Meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Performance (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk • Durability (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk. • Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik 	Ordinal
				Ordinal

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

			<p>operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Features (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. • Reliability (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan. • Aesthetics (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk. • Perceived quality (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan Negara asal. 	Ordinal
				Ordinal
				Ordinal
				Ordinal

<p>Harga (X3)</p>	<p>Harga merupakan faktor pertimbangan utama terhadap orang sejenis bagi sebagian besar masyarakat Indonesia terutama mereka yang tergolong ke dalam golongan ekonomi lemah. Harga dapat dipandang dari dua sudut : dipandang dari sudut konsumen, harga memegang peranan penting terutama kalau menyangkut sejumlah barang tertentu yang mutunya tidak berbeda jauh. Sudut pandang lain yaitu jika dipandang dari sudut pengusaha, harga berkaitan erat dengan ongkos produksi maupun target laba yang diharapkan.</p> <p>Daryanto duktip dalam buku “ Sari Kuliah Manajemen Pemasaran” (2011:85)</p>	<p>Harga adalah suatu bentuk nyata yang diberikan terhadap jasa yang telah dipakai dan memiliki nilai tukar yang sangat tinggi sehingga harga memberikan jawaban atas kualitas yang diberikan produse kepada konsumen</p>	<p>Data berbentuk skala sematik dimana data diperoleh dari penumpang dan pengguna jasa katering kereta api:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Positioning Jasa Perusahaan mengatur letak jasa pada posisi yang baik dalam pemasaran perusahaan • Sasaran Perusahaan Setiap perusahaan mempunyai tujuan atau sasaran, tujuan tersebut bias berupa maksimasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab social dan lain-lain. • Tingkat Persaingan Posisi biaya-biaya (<i>cost position</i>) dan pelaku penentuan harga (<i>pricing behavior</i>) dari pesaing-pesaing merupakan elem penting yang harus diperhatikan. • Life Cycle Jasa Suatu grafik yang menggambarkan riwayat suatu jasa sejak diperkenalkan kepasar sampai dengan ditarik dari pasar. • Elastisitas Permintaan Besarnya permintaan bervariasi pada berbagai tingkat harga yang berbeda. • Struktur Biaya Faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. • Shared Resuorces Suatu faktor yang memperhatikan sumber daya 	<p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p>
--------------------------	---	---	---	--

			<p>manusia yang ada.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Prevailing Economic Condition</i> Suatu faktor yang memperhatikan kondisi ekonomi. • <i>Service Capacity</i> Suatu faktor harga yang memperhatikan kapasitas layanan dari perusahaan. 	<p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p>
--	--	--	--	-------------------------------

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan kedalam dua golongan yaitu

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari penyebaran kuisioner pada responden yang dianggap telah memiliki populasi.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang sudah tersedia sebelumnya diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan tulisan-tulisan ilmiah. (Husain Umar 2001:84).

Maka penulis mengumpulkan dan mengajukan dalam tabel 3.2 sebagai berikut:

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Table 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1. Data Perbandingan Industri Jasa dan Produk di Bandung	Data Sekunder	www.bandungtourism.com
2. Data Jumlah Pengunjung Katering Kereta Api Reska	Data Sekunder	Manajemen Katering Kereta Api Reska
3. Tanggapan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Katering Kereta Api Reska	Data Primer	Konsumen Katering Kereta Api Reska
4. Tanggapan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk Katering Kereta Api Reska	Data Primer	Konsumen Katering Kereta Api Reska
5. Tanggapan Pelanggan Terhadap Harga Produk Katering Kereta Api Reska	Data Primer	Konsumen Katering Kereta Api Reska

3.2.4 Populasi, Sample dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Dalam mengumpulkan dan menganalisa suatu data, menentukan populasi langkah yang penting dalam pelaksanaan penelitian. Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam lainnya. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau subjek itu.

Menurut V.Wiratna Sujarweni dan Poly Endarto dikutip dalam buku “Stataistika Untuk Penelitian” (2012:13) : populasi adalah wilayah generasi yang terdiri tas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

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 sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut ketika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang ditentukan. Populasi sasaran yang ditentukan dalam penelitian ini adalah pengguna katering kereta api reska multi usaha jurusan bandung –jakarta dalam kelas eksekutif.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Katering Kereta Api PT.Reska Multi Usaha Bandung. Berikut adalah tabel populasi Katering Kereta Api PT.Reska Multi Usaha pada Tahun 2010:

TABEL 3.3
Jumlah Penumpang yang Membeli Produk Katering Kereta Api PT.Reska Multi Usaha

BULAN	Jumlah Konsumen
Januari-Maret	12.411
April-Juni	13.002
Juli-September	13.025
Oktober-Desember	14.422
Jumlah	52910
Rata-rata Perbulan	3434
Rata-rata Perminggu	1.126

Sumber: Management PT.Reska Multi Usaha

3.2.4.2 Sampel

Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel presentatif dan mewakili maka diupayakan setiap objek subjek dalam populasi mempunyai

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

peluang yang sama untuk menjadi sampel. Menurut V.Wiratna Sujarweni dan Poly Endarto dikutip dalam buku “ Stataistika Untuk Penenelitian” (2012:13) : Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misal karena terbatasnya dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dpaat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Pada suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia sehingga penelitian diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian yang diteliti. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Berdasarkan hal tersebut sampel dalam penelitian ini adalah Konsumen Katering Kereta Api PT.Reska Multi Usaha.

Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus dari Slovin (Husain Umar, 2012:17) :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

e = Persentase kelonggaran ketidakterkaitan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

Berdasarkan rumus Slovin maka ukuran sampel adalah sebagai berikut:

Diketahui:

$$N = 1.126$$

$$e = 5\% = 0,05$$

maka :

$$n = \frac{3434}{1 + 3434 \times (0.05^2)}$$

$$n = \frac{3434}{9585}$$

$$n = 358.26813$$

$$n = 358$$

Kesimpulannya, sampel minimal yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 358 orang penumpang yang melakukan transaksi pembelian. Menurut Winarno Surakmad (1998:100) “ Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”. Agar sampel yang digunakan respentatif makan sampel yang digunakan dalam penelitian ini 358 orang responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Menurut V.Wiratna Sujarweni dan Poly Endarto dikutip dalam buku “Stataistika Untuk Penenelitian” (2012:13) : Teknik Sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Systematic Random Sampling*. Harun Al Rasyid (1994:66) menyatakan Bahwa “ pada keadaan tertentu sampling sistematis bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka samplingnya.

Untuk memperoleh data dari responden penulis menggunakan cara Harun Al Rasyid (1994:66). Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik ini adalah :

1. Tentukan populasi sasaran, dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah konsumen yang menggunakan jasa katering kereta api.
2. Tentukan tempat tertentu sebagai *check point*, dalam penelitian ini tempat check point Katering Kereta Api PT.Reska Multi Usaha sebanyak 358 orang
3. Tentukan waktu yang digunakan untuk menentukan *sampling* waktu yang digunakan peneliti yaitu 05.30 – 23.30 sesuai keberangkatan jadwal Kereta Api Bandung – Jakarta Kelas Eksekutif.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data, yaitu Penelitian Lapangan (*field research*) dalam hal

ini penulis melakukan peninjauan secara langsung ke objek penelitian, untuk memperoleh data primer. Data primer ini penulis dapatkan melalui:

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara ini digunakan untuk mengetahui data variabel yang diteliti secara mendalam, yaitu mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga yang dilakukan oleh Katering Kereta Api PT.Reska Multi Usaha.

2. Angket (*quisitioner*)

Quisioner dilakukan dengan cara mengedarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada konsumen Katering Kereta Api PT.Reska Multi Usaha sebagai responden (sampel penelitian). Responden tinggal memilih pilihan jawaban yang telah disediakan dengan melingkari masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling sesuai. Dalam *quisitioner* ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan ukuran beberapa indikator variabel (X1) Kualitas Pelayanan, (X2) Kualitas Produk (X3) Harga dan variabel (Y) Kepuasan Konsumen.

3.2.6 Rancangan Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Uji Validitas

Menurut Komarudin Satradipoera (2005:302) Validitas merupakan derajat hingga sejauh mana ketetapan dan ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur gejala.

Menurut Suharsimi Arikunto yang dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

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, 2002:145). Dalam penelitian data memiliki kedudukan paling tinggi karena data merupakan gambaran variabel yang teliti, fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan yang diperoleh dari penjumlahan nilai skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata semua item skor yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(n\sum x^2) - (\sum x)^2\}(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}} \text{ (Surasmi Arikunto 2002:145)}$$

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan

x = skor untuk pernyataan yang dipilih

y = skor total

n = jumlah responden

untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi, dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut :

TABEL 3.4

KLASIFIKASI PENGUJIAN HUBUNGAN

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

Sumbert : Sugiyono (2002: 183)

Keputusan pengujian validitas item instrumen adalah sebagai berikut :

1. Item pertanyaan yang diteliti di katakana valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

3.2.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut V.Wiratna Sujarweni dan Poly Endarto dikutip dalam buku “ Stataistika Untuk Penenelitian” (2012:186) Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk perttanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk koisioner.

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Jika uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliable. Dengan rumus sebagai berikut

$$r = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sum \sigma t^2} \right)$$

r = koefisien reliability instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = total varians butir

$\sum \sigma t^2$ = total varians

Sedangkan rumus variannya adalah:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

(Sambas Ali, 2007:38)

Dimana:

σ^2 = Varians total

$\sum x$ = Jumlah Skor

N = Jumlah responden

Keputusan dalam menentukan reliabel atau tidaknya item instrumen, yaitu sebagai berikut:

1. Item pertanyaan dikatakan reliabel jika, $r_{hitung} > r_{tabel}$.
2. Item pertanyaan dikatakan tidak reliabel jika, $r_{hitung} \leq r_{tabel}$.

3.2.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

3.2.7.1 Teknik Analisis Data

Tenik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis yang diajukan serta menjawab rumusan yang diajukan. Setelah data terkumpul maka langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis menggunakan analisis regresi korelasi yang mempersyaratkan jenis data yang diuji oleh regresi koprelasi. Harus memiliki data interval atau rasio. Teknik regresi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi berganda untuk menguji variable pengaruh X terhadap variabel Y . Menurut V.Wiratna Sujarweni dan Poly Endarto dikutip dalam buku “ Stataistika Untuk Penenelitian” (2012:88) regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Model persamaan regresi linear sederhana dengan rumus sebagai beriku :

Keterangan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Y = Kepuasan Konsumen

a = Harga Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi Pertama

b_2 = Koefisien Regresi kedua

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Kualitas Produk

X_3 = Harga

a. Method of Successive Interval (MSI)

Karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variable sebelumnya, maka semua data prdinal yang terkumpul

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan Method of Successive Interval (Harun Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Menghitung frekuensi (f) 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 (f) dengan jumlah responden.
- 3) Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- 4) Menentukan nilai batas Z (table normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- 5) Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

Scale Value

$$= \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{$$

$$(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})$$

Data Penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variable bebas dan variable terikat serta ditentukan dengan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan secara statistik adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta = 0$ artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y

$H_a : \beta > 0$ artinya tidak ada pengaruh positif antara variabel X terhadap variabel Y

$H_a : \beta < 0$ artinya tidak ada pengaruh negatif antara variabel X terhadap variabel Y

3.2.8 Uji F Statistik

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005:84).

Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2005:84) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu : Apabila probabilitas signifikan > 0.05 , maka H_0 gagal ditolak dan H_a ditolak. Artinya variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terkait. Apabila probabilitas signifikan < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terkait.

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (n-m-1)}{m (1-R^2)}$$

Sumber : Ridwan & Akdon (2006:128)

Keterangan :

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Fhitung = nilai F yang dihitung
R = nilai koefisien korelasi ganda
m = jumlah variabel bebas
n = jumlah sampel

3.2.9 Uji t Statistik

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap variabel yang lain konstan. Signifikan pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t tabel dengan nilai t hitung. Apabila nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai t hitung lebih kecil daripada nilai t tabel maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

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

keterangan :

t = distribusi student

r = koefisien korelasi product moment

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang dianjurkan :

Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka H_0 Diterima H_a Ditolak.

Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 Ditolak H_a Diterima.

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $(n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0: \rho \leq 0$, maka tidak terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen katering kereta api Pt. Reska Multi Usaha .

$H_a: \rho > 0$, maka terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen katering kereta api Pt. Reska Multi Usaha .

3.2.10 Uji Koefisien Determinasi R^2

Uji Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh pada variabel dependen. Karena variabel independen pada penelitian ini lebih dari 2. Maka koefisien dterminasi yang digunakan adalah *Adjusted R Square* (Imam Ghazali:2001). Dari

koefisien determinasi dapat diperoleh satu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y biasanya dinyatakan dalam persentase.



Qistina Yusrina Adhiani, 2012

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Katering Kereta Api PT. Reska Multi Usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu